



VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ-TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA

EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MARKETINGU A OBCHODU

Mediální obraz Moravskoslezského kraje

Media Image of Moravia-Silesian Region

Student: Peter Vrtiel

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Jana Gibarti, Ph.D.

Ostrava 2019

VŠB - Technická univerzita Ostrava  
Ekonomická fakulta  
Katedra marketingu a obchodu

## Zadání bakalářské práce

Student:

Studijní program: B6202 Hospodářská politika a správa

Studijní obor: 7202R020 Ekonomická žurnalistika

Téma: Mediální obraz Moravskoslezského kraje  
Media Image of Moravia-Silesian Region

Jazyk vypracování: čeština

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
2. Teoretická východiska tvorby image
3. Charakteristika Moravskoslezského kraje
4. Metodika shromažďování dat
5. Analýza výsledků výzkumu
6. Využití řešené problematiky v žurnalistice
7. Závěr

Seznam použité literatury

Seznam zkratk

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Seznam příloh

Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

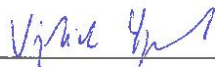
McCOMBS, Maxwell. *Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění*. Přeložili KAČER Tomáš a Vlastimil NEČAS. Praha: Portál, 2009. 251 s. ISBN 978-80-7367-591-2.  
SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada, 2014. 539 s. ISBN 978-80-247-3568-9.  
WOKOUN, René et al. *Regionální rozvoj: (východiska regionálního rozvoje, regionální politika, teorie, strategie a programování)*. Praha: Linde, 2008. 475 s. ISBN 978-807-2016-990.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Jana Gibarti, Ph.D.**

Datum zadání: 23. 11. 2018

Datum odevzdání: 10. 05. 2019



doc. Ing. Vojtěch Spáčil, CSc.  
*vedoucí katedry*



prof. Dr. Ing. Zdeněk Zmeškal  
*děkan fakulty*

Místopřísežné prohlášení

Prohlašuji, že jsem celou práci, včetně všech příloh, vypracoval samostatně.

V Ostravě dne 10. května 2019



Peter Vrtiel

## **Poděkování**

Tímto bych rád poděkoval paní Ing. Janě Gibarti Ph.D. za odborné vedení, užitečné rady, ochotu a především trpělivost, kterou mi při zpracovávání bakalářské práce věnovala.

## Obsah

1	Úvod.....	5
2	Teoretická východiska tvorby image .....	6
2.1	Region.....	6
2.2	Územní správa v České republice .....	6
2.3	Image Moravskoslezského kraje .....	7
2.3.1	Image .....	7
2.3.2	Image města.....	9
2.3.3	Marketing měst a obcí .....	9
2.3.4	Cíle městského marketingu .....	11
2.3.5	Financování územního marketingu .....	12
2.3.6	Image Moravskoslezského kraje .....	13
3	Charakteristika Moravskoslezského kraje .....	15
3.1	Ostrava.....	16
3.2	Opava.....	18
3.3	Frýdek-Místek .....	18
3.4	Karviná .....	18
3.5	Nový Jičín.....	19
3.6	Bruntál .....	19
3.7	Historie Moravskoslezského kraje .....	19
4	Metodika shromažďování dat .....	27
4.1	Přípravná fáze .....	27
4.1.1	Definování problému .....	27
4.1.2	Definování cíle výzkumu.....	27
4.1.3	Časový harmonogram výzkumu .....	29
4.1.4	Zdroje dat.....	30
4.1.5	Obsahová analýza .....	30

4.2	Realizační fáze.....	31
4.2.1	Obsahová analýza .....	31
5	Analýza výsledků výzkumu .....	33
5.1	Zdroj dat podrobených analýze .....	34
5.1.1	Zkoumaný soubor prvků.....	35
6	Využití řešené problematiky v žurnalistice.....	40
6.1	Úvodní článek: Je Ostrava stále černá? .....	40
5.2	Anketní otázka.....	44
5.3	Rozhovor: Nejcennější praxí, je praxe v oboru .....	46
5.4	Fejeton: Jak jsem se vrátil na školu .....	50
7	Závěr .....	54
	Seznam použité literatury .....	56
	Internetové zdroje .....	57
	Seznam zkratk.....	60
	Seznam obrázků.....	62
	Seznam tabulek.....	62



## 1 Úvod

Téma jsem si vybral proto, že v tomto kraji od narození žiju, prošel jsem si zde základěškolskou i středoškolskou docházkou (doted' se snažím projít i tou vysokoškolskou). V rámci mých zahraničních pobytů, které absolvuji od 18 let, jsem brigádně pracoval ve třech státech mimo Českou republiku a ani jednou jsem neměl v úmyslu se do rodného města nevrátit. Měl jsem možnost v Ostravě pracovat od svých 21 let a mohu tedy posoudit složitost hledání práce v tomto regionu. Samotná skutečnost, že jsem již potřetí změnil zaměstnání, mi napovídá, že to (minimálně dnes, či posledních 5 let) nebude takový problém. V tuto chvíli pracuji jako obchodní manažer díky čemuž navštěvuji všechny kraje po celé České republice a mám proto možnost porovnávat svůj pohled na kraj s lidmi z celé země. Ostrava má své do jisté míry hrubé kouzlo z dob průmyslového období. Pozůstatky průmyslu jsou dnes využívány, jako kulturní místa, která do kraje přivádí každoročně větší a větší počet turistů. Nemałym lákadlem jsou také celosvětově známé festivaly, na které se sjíždí lidé i zpoza hranic Česka.

Ve své bakalářské práci se chci zaměřit převážně na soudobý pohled občanů České republiky na Moravskoslezský kraj, který z mého pohledu již překonal nesnáze z přelomu 90. let. V tomto ohledu budu zkoumat tištěné médium, abych zjistil, jaký dojem o kraji může čtenář nabýt na základě celoročního pročítání tisku.

Teoretická část mé práce se zaměřuje především na témata image, městského a teritoriálního marketingu a charakteristiky Moravskoslezského kraje, zabývá se také pohledy politického, geografického a historického kontextu. Praktická část je následně vystavěna na obsahové analýze článků, které vyšly v průběhu roku 2018 v celostátním deníku a zmiňovaly Moravskoslezský kraj ve svém obsahu. Zmíněná analýza bude důležitá pro uvědomění si, jakým způsobem média píší o kraji a co to pro něj znamená. V praktické části budu publikovat svůj úvodní článek a rozhovor vystavěný na návštěvě sousední Ostravské Univerzity. Na odlehčení tématu jsem zvolil na závěr žánr fejetonu, který do jisté míry popíše mé osobní zkušenosti s hledáním práce a uvědoměním si důležitosti vzdělání.

## **2 Teoretická východiska tvorby image**

### **2.1 Region**

Pojem region lze chápat z mnoha úhlů. Region je územní jednotka geograficky ohraničená podle daných kritérií, dle všeobecné definice. Region ze sociálního pohledu lze chápat také jako územní jednotku, ve které se odehrávají základní životní funkce obyvatelstva, jako jsou práce, bydlení vzdělávání, zájmová aktivita, zdravotní a sociální zabezpečení. Sociální pojetí regionu je výchozí pro definování ekonomického regionu. Z pohledu ekonomů je region ohnisko sociálně-ekonomického růstu, který zohledňuje úrovně a směry, které mohou tvořit další východiska ekonomické regionalizace. První definice regionu jsou mapovány ve čtyřicátých letech dvacátého století při snaze o regulaci regionálního rozvoje. V této době vzniklo mnoho názorů na pojem region a došlo i k rozdělení regionů na regiony homogenní a regiony nodální. Homogenní regiony jsou vymezeny jako regiony se stejnorodou základnou znaků. Dále jsou děleny regiony venkovské, městské, příhraniční, horské, hospodářsky slabé, strukturálně postižené a pobřežní oblasti a ostrovy dle Charty evropského regionálního plánování. Zatímco nodální regiony jsou komplexem jednotek, které jsou propojeny prostřednictvím sídelního centra. Na bázi vazeb mezi městy vznikají služby, administrativní funkce a pracovní příležitosti (Žítek, 2002, str. 51).

### **2.2 Územní správa v České republice**

Základním samosprávným celkem v České republice (dále jen ČR) je obec, zatímco kraj je vyšší územní samosprávný celek. V ČR je situováno 6 240 obcí, které vytváří 77 okresů a 14 krajů. Moravskoslezský kraj (dále jen MSK), kterému je věnována hlavní pozornost, je 3. největší kraj v České republice. Kraj je definován jako územní společenství občanů, které má právo na samosprávu. Kraj je považován za veřejnoprávní korporaci, která vystupuje svým jménem v právních vztazích a nese tak zodpovědnost za vztahy, které z nich vyplývají. Spravuje ho zastupitelstvo kraje. Dalšími orgány jsou rada kraje, hejtman kraje a krajský úřad. Kraj má nárok na samosprávu dle daného zákona. Kraje při samosprávním výkonu mohou spolupracovat s obcemi, dalšími kraji a s dalšími samosprávnými územními celky jiných států. Na svém krajním územním vykonává kraj správu ve věcech, které opět určí zákon (Žítek, 2002, str. 49).

Státní správa je vykonávána pomocí okresních úřadů v okresech. Okresní úřady spolupracují ve svém výkonu s ostatními územními správními úřady, orgány kraje a orgány obcí. Okresní úřad sestavuje rozpočet, hospodaří s ním a vypracovává závěrečný účet. Výkon státní správy spočívá ve věcech, které stanovuje zvláštní zákon. Dále kontroluje finanční výkazy obcím a jiným zřízeným organizacím. V čele okresního úřadu je přednosta okresního úřadu (Žítek, 2002).

Na lokální úrovni působí města a obce. Základním územním společenstvím občanů je obec, která je veřejnoprávní korporací s vlastním majetkem. Obec se stará o rozvoj území a o potřeby občanů. Obec musí mít více než tři tisíce obyvatel, aby byla městem. Obec vykonává samosprávní činnost dle rozsahu zákonů a je spravována zastupitelstvem města. Dalšími orgány obce jsou rada obce, starosta obce a obecní úřad (Žítek, 2002).

## **2.3 Image Moravskoslezského kraje**

V této podkapitole se budu zabývat pojmem image a image Moravskoslezského kraje. Následující část vytváří definici pojmu image, image města, marketing města a obcí, dále se zabývá cíli městského marketingu, zdroji financování městského marketingu a image Moravskoslezského kraje.

### **2.3.1 Image**

Slovo image se začalo objevovat v polovině minulého století v oboru ekonomie a lze ho volně přeložit, jako reprodukce anebo nápodoba (Vysekalová, 2009). Všeobecně je popisována jako obraz, podoba, představa či idea. Znázorňuje celkovou prezentaci a celkový dojem na veřejnost (Image, ABZ slovník). Slovo image představuje tržní objekt nebo subjekt při vnímání dalších tržních subjektů, především pak zákazníků. Je to jakýsi výsledek pocitů celé řady projevů určitého objektu na trhu (Žák, 2002). Tvoří výsledek různých názorů mezi jednotlivci a společnostmi (Vysekalová, 2009). Tvoří také „celkový dojem spotřebitele o výrobku, společnosti, jednotlivci nebo instituci. Jednoduše ho lze chápat jako celkový dojem, kterému subjekty věří“ (Clement, 2004, str. 72).

Image se skládá z mnoha znaků. Tyto znaky jsou například důvěryhodnost, rozdílnost, syntetičnost, pasivita, jednoduchost, stručnost a zkušenost. Image však nemá být omezující a musí být velmi dobře srozumitelná pro všechny subjekty (Forest, 1994).

Image je vnitřní, vnější a skutečná. Vnitřní image znamená, že každý objekt má určitou představu sám o sobě nebo o svém produktu. Vnější image je chápána, jako snaha na daný subjekt zapůsobit na veřejnost. Působit může chtěně anebo nechtěně. Vědomí veřejnosti je skutečná image, která reálně mapuje skutečnost, která byla vytvořena (Forest, 1992). Image se dále dělí na produktovou, firemní a druhovou. Produktová neboli značková se zabývá vlastnostmi daného výrobku, který je odlišný od stejného anebo podobného výrobku. Sehrává důležitou roli v orientaci spotřebitele. Firemní nebo také podniková image určuje kvalitu firmy a stanovuje, jak je konkrétní firma přijímaná cílovými skupinami. Zatímco druhová image vytváří pozici daného výrobku ve smyslu s celým trhem (Forest, 1994).

Image města zobrazuje obraz firmy ve společnosti, v tomto případě tedy marketingový management obcí, měst a regionů (Vysekalová, 2009). Ten je definován jako podpora komunikace mezi aktéry strany nabídky a poptávky v územním rozvoji, který vede ke zvýšení atraktivity a zlepšení konkurenceschopnosti dané obce, města nebo regionu. Marketingový management jde ruku v ruce s konceptem udržitelného rozvoje a dále také zvyšuje kvalitu života a míru spokojenosti občanů (Ježek, 2007, str. 60.).

Image prostředí probíhá mezi pozorovatelem a jeho okolím jako produkt, který prochází dvojsměrným procesem. Každý subjekt vnímá prostředí jiným způsobem. Nicméně se subjekty hodnotící prostředí v určitých parametrech shodují. O shody se zajímá urbanista, který vytváří modely prostředí (Lynch, 2004).

Každá podoba prostředí je složena ze tří složek, a to z identity, struktury a významu. Vybudování dobré image předchází identifikace objektu. Struktura objektu ztvárňuje prostorové kvality utváření. Objekt je spjat s pocity, ať už s praktickými anebo s citovými (Lynch, 2004).

Podoba města je tvořena pomocí marketingového managementu, který vznikl na začátku devadesátých let dvacátého století díky posilující globální konkurenci mezi integračními seskupeními, státy, regiony a městy, které vedly v důsledku ekonomické a technické globalizace, politické liberalizace, liberalizace obchodu a ekonomické integrace. S vyšší mírou konkurenceschopnosti na všech úrovních dochází k prohlubování polarizace mezi úspěšnými a neúspěšnými subjekty, které jsou nuceny hledat nové přístupy k rozvoji. Za další příčinu vzniku marketingového managementu lze považovat exogenní redistribuční politiky, které jsou relativně slabé a musí tak využívat vnitřní endogenní zdroje (Ježek, 2007).

### **2.3.2 Image města**

Umělým světem, který je utvářen pomocí lidských schopností, tak aby uspokojil lidské potřeby je město. Lidé proměňují své okolí do vnímatelného schématu (Lynch, 2004).

„Image města je suma subjektivních dojmů a představ, které mají lidé o určitém teritoriu“ dle Kotlera, (Ježek, 2007, str. 60.). Image je složena z jednotlivých informací a asociací, které jsou spojeny s daným územím. Nutno dodat, že názory lidí se liší méně i velmi výrazně. Image města je velice důležitá pro zvyšování konkurenceschopnosti a vytváření nabídky, která splňuje poptávku určitých skupin. Bez dobré image, nemůže město uspět v konkurenčním boji o kvalifikovanou pracovní sílu, investory, turisty, studenty a mnoho jiných. Městský marketing má za cíl vytvořit a prezentovat specifickou image města, kterou lidé považují za pozitivní (Ježek, 2007).

Dle Kotlera je šest různých typů image města: pozitivní image, slabá image, negativní image, smíšená image, rozporná image a příliš atraktivní image. Města ležící v Moravskoslezském kraji lze přiřadit do dvou typů, a to do negativní image a rozporná image (Ježek, 2007, str. 60.).

Image města se skládá z pěti základních prvků, které tvoří celek. Jsou to prvky cesty, okraje, oblasti, uzly a významné prvky. Cestami jsou chápány dráhy, po kterých se jednotliví pozorovatelé pohybují. Podél cest se uspořádávají prvky prostředí, které jsou jakými si vazbami. Okraje jsou lineární prvky, které pozorovatelé nevyužívají cíleně. Okraje mohou být například břehy, zdi, zástavby či železniční koridory. Oblast lze pochopit jako střední až velké části města. Body a strategická místa, do kterých pozorovatel může vstoupit, jsou uzly. Uzly mohou tvořit křižovatky. Významné body má pozorovatel kolem sebe. Významnými body mohou být třeba vysoké kopce, věže nebo kupole (Lynch, 2004).

### **2.3.3 Marketing měst a obcí**

Při tvorbě image města hraje důležitou roli marketing města a obcí, který je nyní považován za „svěbytnou interdisciplinární vědu, která leží na hranici mezi problematikou obecného marketingu, marketingového řízení, sociologického a sociálně psychologického výzkumu, regionálního řízení a plánování“ (Skořepa, 2008, str. 88).

Ze společenských a hospodářských trendů vyplývá potřeba městského marketingu. Jsou to trendy, a především změny v oblasti hospodářské struktury, nové výrobní potřeby, měnící se poptávka, změny lokalizace podniků, technické inovace, změny obyvatelstva na životní prostředí a kvality života. Jedná se zejména o národní a mezinárodní konkurenční boj měst o udržení a přilákání průmyslových podniků, pobočky podniků, kvalifikovanou pracovní sílu, turisty, obyvatelstvo, kulturní a sportovní akce a tok peněz pro vědu a výzkum (Skořepa, 2008).

Marketing města a obcí používá nástroje marketingového mixu, kterými jsou produktové politiky, cenové politiky, distribuční politiky a komunikační politiky. Produktové politiky vytvářejí specifické nabídky služeb a infrastruktury. Komunikační politiky slouží pro propagaci a prezentaci města. Cenové politiky tvoří investiční pobídky nebo pozemky za nižší cenu. Distribuční politiky slouží pro zlepšování dopravní infrastruktury, obslužnosti a dostupnosti. Tyto nástroje jsou vybrány aktéry, kteří se podílejí na tvorbě image města, konkrétně veřejná správa, politici, podnikatelé, společenské organizace, zájmové sdružení a aktivní občané. Dle širšího rozdělení se subjekty s podstatným vlivem dělí na hlavní aktéry, doporučené aktéry, specifické aktéry, osobnosti a experty. Hlavní aktéři představují vedoucí osobnosti jako je primátor anebo starosta a vedoucí odborů městského či krajského úřadu. Dále zde patří zastoupení úřadu rozvoje města, úřadu podpory ekonomiky a podnikání, odbor kultury a cestovního ruchu, tiskový odbor, odbor školství a úřad zahraničních vztahů. Nicméně za hlavní aktéry jsou považováni i představitelé obchodu, hospodářské komory, svazy podnikatelů a také majitelé hotelů. Za doporučené aktéry lze považovat aktéry, kteří přinášejí kreativní a zdatný přístup a jejich aktivita je přínosná. Specifičtí aktéři jsou zástupci důležitých institucí, které jsou pro daná města důležití (Ježek, 2007).

Při nastavování správné image města dochází ke tvorbě strategie. Prvním krokem je vytvoření komise. Komise se skládá ze starosty, zástupců komise, odborných pracovníků městského úřadu, zástupců velkých podniků a malého a středního podnikání, škol, kulturních organizací a zástupců profesní struktury. Druhým krokem je tvorba víze a následuje sběr údajů a analytická práce, při kterých se využívají úsudkové metody, názory vedoucích pracovníků a rozhodovací tabulky. Dalším krokem je vytvoření profilu města, které je vytvářeno na základě interních faktů, externích faktů a klíčových faktorů pro dané struktury města. Pátým krokem je analýza hlavních činitelů a následuje analýza finanční situace města. Ve finanční situaci města se zohledňují příjmy a výdaje města. Alternativní strategie je sedmým krokem. Předposledním krokem je vytvoření akčního plánu neboli vize města.

Úplně posledním krokem je strategický plán města. Součástí je harmonogram plnění a organizační zabezpečení (Ježek, 2007).

Tvorba strategie má i mnoho fází, patří mezi ně fáze vstupní, analytické, strategické, realizační a kontrolní. Vstupní fáze je začínající fáze, která vzniká pocitem dlouhodobě nedořešených problémů v rámci daného regionu. Vyvrcholení vstupní fáze je uspořádání konference o zahájení procesu. Konference informuje o rozvoji a dává podnět k diskuzi všem přítomným aktérům. Další fází je analytická fáze, která stanovuje zásadní problémy na daném území. V druhé fázi dochází k nashromáždění dokumentace a odstranění problémů, které vznikly v minulosti. Koncepční fáze vzniká na základě SWOT<sup>1</sup> analýzy, která definuje vize, cíle a stanovuje vhodné strategie. V této fázi se zpracovává vize rozvoje města a je zcela podstatný výběr priorit v procesu komunikace a kreativity aktérů. Čtvrtou fází je fáze realizační, při které dochází k transformaci cílů a k vytváření nového města. Kontrolní fáze je poslední a dochází při ní ke kontrole (Ježek, 2007).

#### **2.3.4 Cíle městského marketingu**

Základním východiskem městského marketingu je vize. Vize je určitá představa o tom, jak má město vypadat za pár let. Vize udává směr, jakým se má město vyvíjet. Je to produkt, který vzniká při spolupráci aktérů města. Aktéři musí nashromáždit informace o městě a jeho okolí, dále získat informace o konkurenci, trhu a celkových trendech na daném území (Skořepa, 2008).

Při vytváření vize jsou používány dva přístupy, virtuální a analytický. Virtuální přístup představuje vizi města za deset až patnáct let. Zatímco analytický přístup stanovuje přesné oblasti, ve kterých lze očekávat změny. Mohou to být změny v rozvoji města, vědy, stárnutí obyvatelstva a mnoho jiných (Skořepa, 2008).

---

<sup>1</sup> SWOT analýza je základní metoda strategické analýzy. Její zkratka je z anglického originálu, ve kterém S=silné stránky, W= slabé stránky, O=příležitosti, T=hrozby. Znamená tedy vnitřní silné a slabé stránky organizace a příležitosti a hrozby, které jí hrozí z vnějšího prostředí.

Dle vize se stanovuje poslání města neboli jeho účel. Poslání popisuje budoucí stav města a dále stanovuje určitý rámec, ve kterém se potom pohybuje strategie a opatření. Poslání města stanovuje budoucí charakter města, jeho celkovou nabídku produktů, filozofii orgánů veřejné správy a především tvoří vlastní koncept image města. Poslání má dvě funkce, endogenní a exogenní. Endogenní funkce podporuje vytváření identity města, zatímco exogenní funkce vytváří image města (Skořepa, 2008).

Při tvorbě marketingové image města hrají důležitou roli hmotné a nehmotné efekty. Hmotné neboli komerční efekty mají za cíl zviditelnit město pomocí přílivu kapitálu do dané oblasti nebo zvýšit cestovní ruch. Hmotné efekty jsou vytvářeny vzájemně s uplatňováním vztahů s veřejností. Cílí především na finanční zdroje z podpůrných fondů a sponzorských aktivit. O zviditelnění nejdůležitějších znaků a charakteristik města, především těch, které se liší od ostatních měst, se snaží nehmotné efekty (Skořepa, 2008).

Mix identity města se skládá z designu města, který je vizualizací identity města. Vizualizace je určitá představa. Design města je složen ze základních prvků, kterými jsou logo, raster, typografie, písmo, barva, slogan a titulky (Skořepa, 2008).

### **2.3.5 Financování územního marketingu**

Nově vznikající projekty pro změnu územního členění je potřeba z něčeho zafinancovat. Rozlišují se tři základní druhy, a to financování z veřejných zdrojů, financování výlučně soukromým sektorem a financování smíšené vycházející z partnerství veřejného a soukromého sektoru. Financování z veřejných zdrojů, především z rozpočtů měst a veřejných grantů je typické pro městský marketing. Zdroje financování, které pocházejí z výlučně soukromého sektoru, jsou používány pro město, které má zájem na zachování aktivity městského centra. Zatímco smíšené financování je používáno pro úspěšné projekty, při kterých mají aktéři jasně rozdělená práva (Ježek, 2007).

Pro zjišťování mediálního obrazu jsou používány interview a dotazníky, které se týkají otázek, jak obyvatelé a turisté vnímají dané město. Změna image regionu není snadná a je potřeba dostatek finančních prostředků pro vytvoření image, analýz, nového loga, sloganu, fázi šíření a popularizace nové image. Vytvořená analýza pro zlepšení image města cílí na potenciální obyvatele, turisty, firmy, podnikatele, investory a zahraniční kupce nemovitostí (Ježek, 2007).



Analýza mediálního obrazu tvoří kvalifikovaný analytický extrakt sledovaných dat. Velmi zjednodušeně lze analýzu mediálního obrazu chápat jako všeobecný známý výzkum veřejného mínění. Analýza bývá nejčastěji zobrazována v grafické podobě a uplatňuje se především v podnikové sféře, protože se zaměřuje i na obraz konkurence. Analýza je velmi důležitá pro jednotlivé fáze komunikace, jakými jsou fáze plánování, realizace a kontroly. Plánovací analýza je základním podkladem pro zpracování kvalitní komunikační strategie a také slouží jako nástroj pro návrh akčních plánů komunikace. Při realizaci sehrává analýza důležitou roli, a to zejména kvůli rozpoznání vhodných médií a žurnalistiky. Analýza kontroly vyhodnocuje úspěšnost realizovaných komunikačních aktivit. Hlavním smyslem použití analýz je především zefektivnění a zjednodušení komunikačního procesu (Ježek, 2007).

### **2.3.6 Image Moravskoslezského kraje**

MSK je vnímán pořád jako průmyslový a znečištěný kraj, pro řadu obyvatel v ČR. Avšak v posledních letech prošel řadou změn, například z areálu Dolní oblasti Vítkovic vzniklo významné kulturní a společenské centrum. Obrovské změny lze zaznamenat i v turismu. V Moravskoslezském kraji je průměrný nárůst o deset procent za rok oproti jiným krajům v této oblasti. Což je nejvyšší nárůst v celé ČR. Turisty lákají především lázeňské služby a nádherná příroda v Beskydech (Promestaaobce.eu, 2018).

MSK je nyní zapojen do vládního programu Re:Start, který si klade za cíl pomoci regionům, které jsou postiženy těžbou. Program poskytl dotace na rekonstrukce brownfieldů<sup>2</sup>. Speciální program využijí vysoké školy, které podnikají vznik projektů propojujících výzkumné instituce s reálnými firmami a podnikateli v regionu. Nové technologie a inovace vznikají díky nově otevřenému Inovačnímu centru, ve kterém sídlí firmy, které vyvíjí zdravotnické pomůcky pomoci 3D tiskáren. Z moravskoslezského ocelového srdce se pomalu stává centrum technologií. Zvyšuje se i počet lidí pracujících v IT namísto v hutích (Promestaaobce.eu, 2018).

---

<sup>2</sup> Brownfield je nemovitost (pozemek nebo objekt), která se nachází na současně nebo v minulosti zastavěném území, není efektivně využívána a je zanedbaná, případně i kontaminovaná. Jedná se o nemovitost, kterou nelze efektivně využívat, aniž by proběhl proces její regenerace. Brownfield obvykle vzniká jako pozůstatek průmyslové, zemědělské, rezidenční či jiné aktivity. Problematiku lokalit, které lze označit jako brownfield, lze řešit buď obnovením jejich původní funkce, nebo nahrazením novým typem využití.s

MSK se daří i v oblasti podnikání zejména pak v chytrých technologiích. Jedná se především o start upy, což láká mladé lidi. V parlamentu se podařilo prosadit návrh na zvýšení rozpočtu pro školství v MSK a také navýšení platů učitelům. Kvalitní výuka je důležitá zejména pro digitalizaci (Patriotmagazin.cz, 2018).

Úspěchy v kraji lze zaznamenat i v oblasti dotací z Evropské unie. Kraj velmi úspěšně čerpá peníze a patří tak k jedním z nejlepších krajů v oblasti čerpání dotací v ČR, dle náměstka pro regionální rozvoj a turistický ruch Jana Krkošky. Největší část peněz putovala do infrastruktur, silnic a mostů. Velmi úspěšně se daří čerpat peníze do školství, ale také do sociálního odboru (Patriotmagazin.cz, 2018).

Změnu image kraje spravuje komise pro strategický rozvoj v Moravskoslezském kraji. Komise připravuje, projednává a předkládá stanoviska a náměty, které se týkají oblasti strategického rozvoje a image kraje společně s vizí a strategickým rozvojem kraje. Komise projednává a doporučuje radě návrhy a vyhlášení dotačních programů, které se zaměřují na strategický rozvoj a image kraje (msk.cz, 2019).

### 3 Charakteristika Moravskoslezského kraje

O vytvoření MSK rozhodl Parlament ČR při vytváření čtrnácti krajů. Byl oficiálně přijat v ústavním zákoně č. 347/997sb. ke dni 3.2.1997, při vytváření vyšších územně samosprávních celků. Dne 1. 1. 2000 vznikl Ostravský kraj, který byl později v roce 2001 přejmenován na Moravskoslezský kraj (Moravskoslezský kraj, 2018).

Dle územního členění patří MSK mezi regiony soudržnosti NUTS2 a NUTS3, jak zobrazuje obrázek číslo 3.1.

**Obrázek 3.1 Mapa Moravskoslezská**



Zdroj: Moravskoslezský kraj 2018 (online)

Rozkládá se na 5 427 km<sup>2</sup> a je považován za třetí největší kraj v České republice (dále jen ČR). Kraj tvoří dle tabulky číslo 2.1 bývalé okresy, dle územního členění LAU1: Ostrava, Opava, Frýdek-Místek, Nový Jičín, Karviná a Bruntál. Metropolí je město Ostrava s krajským úřadem (Moravskoslezský kraj, 2018).

**Tabulka 3.1 Územní členění**

Název kraje	Počet km <sup>2</sup>	Počet obyvatel v tis.	Počet obvodů	Obecní část
Ostrava – město	214 23 km <sup>2</sup>	322 419	23	37
Opava	90 km <sup>2</sup>	176 385	9	15
Frýdek-Místek	51,6 km <sup>2</sup>	213 686	-	7
Karviná	57,5 km <sup>2</sup>	249 377	-	9
Nový Jičín	44,8 km <sup>2</sup>	151 566	-	6
Bruntál	29,3 km <sup>2</sup>	92453	-	3

Zdroj: czso.cz, 01. 01. 2018, vlastní zpracování.

### 3.1 Ostrava

Metropolí a zároveň i krajským městem MSK je Ostrava. Vznikla připojením okolních obcí během 20. století. Ostrava je rozlohou druhé největší město v ČR, co do počtu obyvatel se řadí na 3. místo. Nachází se na severovýchodě území. Velmi dobrá dostupnost polských a slovenských hranic zdůrazňuje její pozici jako ekonomického, obchodního a kulturního centra euroregionu. Disponuje velmi dobrou dopravní infrastrukturou dálniční, železniční i letištní.

S Ostravou je spjatá důlní činnost, která probíhala v 90. letech 20. století. Dodnes je Ostrava „ocelové srdce republiky“. Je velice důležitým správním i kulturním centrem regionu (Ostrava, 15.05.2018).

Díky skvělé poloze Ostravy, se zde nachází řada mezinárodních společností, které mají přístup jak na polský, tak i slovenský trh. Dále disponuje velmi kvalitními potenciálními lidskými zdroji, především absolventy vysokých škol, zejména technických oborů. Ve městě jsou 4 univerzity. Právě z těchto důvodů je nejatraktivnější cílem toku investic v rámci ČR, ale také v rámci středoevropského regionu. Za milník je považován rok 2007, kdy na trh vstoupil jihokorejský automobilový koncern Hyundai Motor Company. Nachází se v průmyslové zóně v Nošovicích (Ostrava, 03.05.2018).

Ostravské město je i inovačním centrem. Nachází se v něm řada inovačních center a dále pak i Podnikatelský inkubátor (Ostrava, 03.05.2018).

Ostrava je také kulturním centrem. Mezi nejznámější akce patří festival Colour of Ostrava, Beats for Love, hudební festival Janáčkův máj, Janáčkovy Hukvaldy, Zlatá tretra a Dny NATO. Ostrava je známá i pro svá divadla, kterých je zde sedm. V posledních letech vznikla oblast Dolních Vítkovic, nákupní centra a golfová hřiště (Ostrava, 03.05.2018).

Působnost a postavení města vymezuje zákon č. 128/2000 Sb., o obcích (obecní zřízení), ve znění pozdějších předpisů. Dle tohoto zákona je statutární město Ostrava veřejnoprávní korporace, která má postavení obce s rozšířenou působností pro města Klimkovice, Šenov, Vratimov Vratimov a obce Čavisov, Dolní Lhota, Horní Lhota, Stará Ves nad Ondřejnicí, Zbyslavice, Olbramice, Vřesina, Václavovice a Velká Polom, jak ukazuje obrázek číslo 232. Ty tvoří s městem jeden správní obvod. Samostatné město Ostrava je členěno na 23 městských obvodů (Ostrava, 12.11.2016).

Řízení města je dvoustupňové. Na prvním stupni řízení působí zastupitelstvo města, rada města, primátor, Magistrát města Ostravy a Městská policie Ostrava. Druhý stupeň spravuje zastupitelstva městských obvodů, rady městských obvodů, starostové a úřady městských obvodů (Ostrava, 12.11.2016).

**Obrázek 3.2 Mapa Ostravy**



Zdroj: Městské obvody 2018 (online) Ostrava

### **3.2 Opava**

Opava je velmi významné město Moravskoslezského kraje z historického hlediska. Do roku 1928 byla oficiálním hlavním městem Slezska a do dnešních dnů je považována za metropoli Slezska. Nachází se v Opavské pahorkatině na řece Opavě. Dnes je Opava jedno ze statutárních měst v Moravskoslezském kraji, které je pouze zčásti územně členěno. Město spravuje zastupitelstvo s magistrátem města, v čele města je primátor. Je důležitým železničním uzlem a vedou zde důležité silnice. V Opavě je postaveno nejstarší muzeum v Evropě, bylo vybudováno v roce 1814, a nyní vlastní největší sbírku listin a knih pojednávajících o Slezsku. Dále zde sídlí Zemský archiv, Slezské divadlo a Slezská univerzita. Každoročně se zde pořádá festival Bezručova Opava (Opava City, 01.01.2016).

### **3.3 Frýdek-Místek**

Frýdek-Místek je tvořen dvěma samostatnými městy na opačných březích řeky Ostravice a leží v podhůří Beskyd. Vytváří přirozenou metropoli lašského regionu a zejména historickou hranici Moravy a Slezska. V roce 1943 došlo ke spojení slezského Frýdku a moravského Místku, na základě nacistických úřadů protektorátu Čechy a Morava. Statutárním městem je od roku 2006 a patří mezi obce s rozšířenou působností s pověřeným obecním úřadem. Je jedním správním obvodem. Město je zaměřené na strojný průmysl. V poslední době zde byly vybudovány pobočky velkých firem. Historickou památkou je Frýdecký zámek, u kterého je Muzeum Beskyd (Frýdek Místek, 2010).

### **3.4 Karviná**

Karviná je jedno ze statutárních měst Moravskoslezského kraje. Leží na území historického Těšínského Slezska na řece Olši a tvoří současně hranici s Polskem. Historie Karviné sahá až do 13. století. V Karviné byl první nález černého uhlí a město bylo od poloviny 18. století v rozmachu. Nález černého uhlí však město přivedl ke zkáze. Karviná vznikla sloučením několika obcí po 2. světové válce. Statutární město Karviná je obcí s rozšířenou působností a s pověřeným obecním úřadem. Působí zde okresní soud a okresní státní zastupitelství (Karviná, 2016).

Město je orientováno na průmysl těžební a výrobní. Těžilo se zde především kamenné uhlí, které způsobilo vznik průmyslu na celém Ostravském území. Obrat nastal v 90. letech, kdy došlo k částečnému zastavení těžby. S vysokým podílem těžkého průmyslu je v Karviné velice znečištěné ovzduší. Spousty částí města se setkávají s problémy poddolování, které

velice narušují statiku budov, proto byla řada z nich stržena a spousta zůstává opuštěná. (Karviná, 2016).

### **3.5 Nový Jičín**

Nový Jičín leží v Moravskoslezském kraji. Městem protéká říčka Jičínka. Město je tvořeno šesti obecními částmi. Historie města sahá až do roku 1313, tudíž je zde velký počet historických památek. Samostatné jádro města je od 20. století vyhlášeno městskou památkovou rezervací. Mezi nejznámější památky patří čtvercové náměstí s podloubím, Stará pošta a Žerotínský zámek. Ve městě se nachází také Muzeum Novojičínska. Město je strategicky umístěno na koridoru Moravské brány, což zaručuje budování technické infrastruktury, dálnic, vysokorychlostních tratí a energetických sítí. V čele města stojí starosta. Samosprávnou funkci plní zastupitelstvo a městská rada. V tomto městě sídlí známá firma na klobouky Tonak (Nový Jičín, 2018).

### **3.6 Bruntál**

Bruntál je nejzápadnější okresní město Moravskoslezského kraje. Nachází se na hranici Moravy a Slezska, v Nízkém Jeseníku, na Černém potoce. Je tvořen 3 městskými částmi. Město se skládá ze 2 zcela izolovaných katastrálních území a to z ryze Slezského a Moravského, které bylo připojeno během socialismu. V současné době patří mezi obce s rozšířenou působností s pověřeným obecním úřadem. Bruntál byl založen již ve 13. století, na základě nálezů železa a těžby drahých kovů. Nález železa připomíná městský znak, na kterém je postava horníka. Historické jádro Bruntálu patří mezi městské památkové zóny od roku 1992. Mezi městské památky se řadí Bruntálský zámek a městské hradby. V současné době to je ekonomicky nejslabší region v ČR s vysokou nezaměstnaností (Bruntál, 2018).

### **3.7 Historie Moravskoslezského kraje**

Pro vykreslení mediálního obrazu Moravskoslezského kraje se zaměřením na krajské město Ostravu je důležité zmínit historický vývoj kraje a města, který bude popsán v následující části.

První písemná zmínka o Ostravě se datuje k roku 1267, kdy bylo město uvedeno v závěti, kterou sepsal olomoucký biskup Bruno ze Schauenburku (Przybylová, 2013).

Mezi 14. a 15. stoletím vznikla příslušnost Ostravy k Olomouckému biskupství a zhruba v té době začalo budování kamenných hradeb. V době husitských válek byla dobyta Husity, hned nato však byla z husitského držení odebrána knížaty z Moravy a Slezska.

Pánové se v následujících letech ve městě střídali, další nájezdy Ostravu už nezasáhly. Další roky přinesly městu rozmach řemesel a ochodu na úkor ostatních, válkou více postižených měst. V listinách bylo užíváno označení „město“ na rozdíl od ostatních osad a městeček, což lze brát jako známku významného postavení města (Przybylová, 2013).

Roku 1602 se v Hukvaldech utábořila stavovská vojska, která okupovala dnešní MSK. 1604 propukl mor v Ostravě a o dva roky později se tam objevil znovu (Przybylová, 2013).

Z hlediska složení obyvatel kraje zpočátku dominovali němečtí osadníci, ve 14. století začali pronikat ve větším měřítku čeští kolonizátoři. 15. století představovalo zvrat v podobě zavedení češtiny, jako úředního jazyka s tím, že vytlačila němčinu i latinu. V 16. století se Němci stali menšinou, přičemž Důležitým krokem bylo v tomto období dosazení radních z českých řad (Przybylová, 2013).

Rok 1763 se stal z hlediska historie významným díky objevu ložisek černého uhlí na Ostravsku. O tři roky později vznikla horní a mincovní administrace, jejímž účelem bylo zajištění pátrání po zdrojích nerostných surovin ve Slezsku a podněcování k těžbě. Uhlí však zůstalo až do konce 18. století nevyužíváno, hlavně z důvodu nízké poptávky po něm (Przybylová, 2013).

Roku 1763 v Ostravě propukl požár, který zničil třetinu velkoměstských domů, zbytek města s kostelem sv. Václava zůstal nepoškozen díky změně poryvu větru a skutečnosti, že většina domů byla již v té době z kamene. Třetí důležitou událostí, která byla pro tehdejší občany Moravskoslezského kraje důležitější než nález uhlí, bylo podepsání míru mezi Rakouskem a Pruskem, což ukončilo sedmiletou válku (Przybylová, 2013).

20. a 30. léta 19. století jsou chápána jako důležitý mezník, kdy se Ostrava začala přetvářet z nijak zvlášť významného feudálního městečka v industriální centrum Moravy a Slezska. Tento proces byl do poloviny století pozvolný, po vzniku železnic se vše začalo urychlovat. Migrace pracovních sil byla jednodušší, výrobky bylo jednodušší exportovat. Hutnictvím železa, dolováním uhlí a strojírenstvím se z Ostravy stalo průmyslovou velmoc kraje a celé Rakousko-Uherské monarchie (Przybylová, 2013).

Věhlas získaly především Vítkovické železářny po převzetí S. Rotchioldem, který svým přístupem, inovacemi a zaměstnáváním odborníků dokázal vytvořit strojní impérium. Pod křídly Vítkovic vznikaly specializované provozovny a výroby (Przybylová, 2013).



Upustilo se od zemědělství a přešlo se k převážné orientaci na průmysl. Většina lidí nacházela uplatnění právě v závodech. Postupně se zvyšovala urbanizace, na základě čehož se zvyšovalo množství a kvalita poskytovaných služeb, dopravy a obchodu. V rámci toho došlo k populačnímu a hospodářskému „boomu“. Kvůli rychlému rozvoji zaostávalo administrativně správní organizování (Przybylová, 2013).

Společnost se rozdělila na dvě základní sociální skupiny – podnikatele a dělníky. Hutníci měli ve společnosti významné postavení (do první světové války byli považováni za elitu společnosti) toto řemeslo se dědilo z generace na generaci. Hlavní národnosti zastoupení měli Češi, menšinu tvořili Němci, případně jiné národnosti monarchie. Později však začaly přijíždět do Ostravy a okolí pracovní síly ze zahraničí. Dvě třetiny podílu společností připadaly židovskému obyvatelstvu. V rámci průmyslového rozmachu se zvýšila životní úroveň, což mělo za následek vyrovnání cen, které byly až do počátku 20. století o pětinu nižší než v ostatních částech monarchie (Przybylová, 2013).

V rámci kultury začaly vznikat spolky, které sdružovaly lidi se stejnými zájmy, názory a zálibami. Rozvíjen byl i zpěv a sbory. Kultura neměla příliš velký ohlas, obyvatelé trávili většinu času prací. Roku 1900 přišel novinový „boom“ v Ostravě začala periodika veškerého politického zaměření. Největší kulturní událost stále představovaly vystoupení kočovných souborů. Později byla vybudována divadla a oblibu si ve velkém získala kina, kterých také začalo vznikat čím dál více (Przybylová, 2013).

S příchodem první světové války začaly vznikat rozepře mezi Čechy a Němci. Město se kvůli stannému právu ocitlo ve válečné zóně, obyvatelé byli podřízeni vojenskému vedení. Z Ostravy se stal azyl, lazaret a průmyslová vojenská základna, přeorientovaná na válečnou výrobu. Největší problém představovalo zásobování obyvatel, v jehož důsledku byl zřízen přidělový systém. Uchovávaní potravin bylo trestáno smrtí. Na základě špatného zásobování se rozrůstal černý trh. Ke konci války byla situace natolik kritická, že chyběly základní komodity, na lístek se nedalo koupit prakticky žádné jídlo, spousta obyvatel byla podvyživená, zhoršilo se zdraví obyvatel a rostla úmrtnost (také v důsledku nemocí – španělská chřipka, tuberkulóza, zápal plic). Takto špatná situace vyústila ve stávkový obyvatelstva, které byly potlačovány armádou. Neustále vyhrocená situace vedla k úvahám o samostatnosti, které daly vzniknout samostatnému státu 28. 10. 1914 (Przybylová, 2013).

Po vyhlášení Československé republiky došlo ke sloučení obcí Ostravy do podoby velkoměsta. Ve velkém byla podporována nová výstavba, rozvoj infrastruktury a další oblasti budování v kraji (Przybylová, 2013).

Ostrava byla největší průmyslovou oblastí samostatného Československa. Sídla firem však byla v Rakousku. Proto došlo k nostrifikaci, na jejímž základě bylo nařízeno přesunutí sídel společností ze zahraničí právě do Československé republiky. Tento zákon umožnil kraji a především Ostravě zaujmout pozici předního průmyslového centra republiky. Celá republika byla ovlivněna cyklickým vývojem hospodářství. Poválečnou krizi vystřídala konjunktura, která dala vzniknout novým podnikům a znamenala rozmach ve výrobě, poté přišla opět krize. Nejvíce postižený byl sektor stavebního a strojírenského průmyslu. Tato situace měla obrovský dopad především na průmyslově založenou Ostravu (Przybylová, 2013).

V Ostravě byly nadále pořádány každotýdenní trhy, jež paradoxně paralelně koexistovaly s kamennými obchody, přibývajících na četnosti i nabízeném zboží. To potvrzuje zaběhnuté tradice, pocházející již z doby středověku. Neustále rostl počet živností, podniky se slučovaly do společností za účelem vytvoření většího celku, rozšiřovalo se družstevnictví a zakládaly se obchodní domy, které poukazovaly na koupi schopnost obyvatel. Dalším výsledkem zvyšující se životní úrovně je rozvoj sféry služeb, což znamenalo větší množství otevřených restaurací a hlavně kaváren. Ostrava se stala druhým nejvýznamnějším městem kavárenského života v republice (hned po Praze). S rozvojem služeb byla spojena také šedá zóna podnikání, tedy hazard a obchod s bílým masem (Przybylová, 2013).

Probíhaly rozsáhlé bytové výstavby průmyslových budov. Architektura Ostravy však byla velmi nesourodá. Průmyslové zóny, obytné zóny, metropolitní honosné budovy, provinční venkovské stavby, každá část byla vystavěna v jiném stylu, takže v konečném důsledku paradoxně často sousedila provizoria s luxusní architekturou. Tisk Ostravu pranýřoval za vegetací zarostlou, zpustlou zahradu za domem umění, která byla jen kousek od nejlépe vypadajících částí. Haldy způsobovaly ekologické problémy a vypadaly nevzhledně, proto úřady zavedly regule upravující maximální rozsah a výši těchto nánosů zeminy (Przybylová, 2013).

Ve 30. letech se vyhrotily vztahy s Polskem. Panovala nespokojenost s hraniční čarou v Těšínském Slezsku a ozývaly se i hlasy o připojení Ostravy k Polsku. Obyvatelstvo bylo značně redukováno, vše se však změnilo s počátkem nacifikace a okupací Německem. Po Mnichovské dohodě tvořila Ostrava hranici mezi Polskem, Československem a Německem a dnešní MSK byl z velké části připojen k Německu (Przybylová, 2013).

Nových přírůstků se dostalo i školství. Zakládaly se školy horní, průmyslové, obchodní, školy pro ženská povolání, živnostenské a hudební školy, odborné technické a úřednické školy (Przybylová, 2013).

V divadlech se po válce začalo hrát více česky. Ostrava měla svou operní, operetní a činoherní scénu. Hrát zde jezdily pražské a brněnské scény. Začala se zakládat technická muzea. Velkým krokem byl i projekt Nové radnice v Ostravě. Tehdejší tisk byl silně spjat s politickými stranami. Velkým projektem kraje byl vznik Knihovny města Ostravy v roce 1921. Kina v první republice znamenala masovou zábavu, byla tedy ve velké míře stavěna a navštěvována. Roku 1929, konkrétně k 25. 5. bylo zahájeno vysílání Ostravského rozhlasu (Przybylová, 2013).

Lidé začali více sportovat. Tělocvičná organizace Sokol měla v kraji významnou podporu. Ve sportu se projevovalo propojení s politikou a třídním bojem. Mezi oblíbené sporty patřil fotbal a později i lední hokej. Velkou popularitu získaly motocyklové závody na dostihové dráze a v okolí Bělského lesu, které měly mezinárodní účast. S rostoucí popularitou se objevily první tendence ohledně profesionalizace sportu. O nárůstu popularity sportu svědčí i rozšiřující se prostor vyhrazený novinami pro sportovní zpravodajství (Przybylová, 2013).

14. 3. 1939 vyhlásilo Slovensko samostatný Slovenský stát, ve stejný den obsadila Ostravu německá vojska. Média zkreslovala veřejné mínění a popisovala situaci, jako pokojnou a vítanou. Vnímání však nebylo vůbec pokojné, jak se média snažila vyličít. Na denním pořádku byly konflikty s okupanty, lidé projevovali nesouhlas. Roku 1941 se Ostrava stala autonomním statutárním městem a došlo k jejímu rozšíření o další obce. Město byla nařízena šetřící opatření, na základě čehož vycházel hospodářský výsledek přebytkem. Vojska zatýkala představitele politického a kulturního života, členy Sokola a církve. Vznikaly odboje, proto Gestapo zatýkalo skutečné i potenciální odbojáře. Okupační armáda kontrolovala všechny průmyslové závody. Ty byly podřízeny válečnému řízení hospodářství. Na kontrolu podniků byl ustanoven Ústřední svaz průmyslu pro Čechy a Moravu. Došlo k

postupné germanizaci, byly uskutečňovány majetkové a kapitálové přesuny pro dosažení největší efektivity ve prospěch válečného hospodářství. Říše požadovala stále větší výstupy, investice však nebyly dostatečné, proto produkce stoupala jen na úkor maximálního vytížení kapacit a omezování některých provozů. Zvyšování výstupů probíhalo hlavně najímáním více pracovních sil, to se později už dále uplatňovat nedalo, protože byla spousta lidí posílána do Říše. Nakonec nastal absolutní nedostatek pracovního vybavení, morálka upadala a produktivita také (Przybylová, 2013).

Německé divadlo fungovalo, čelili však nuceným odchodům herců na frontu. Symfonické orchestry zůstávaly stále oblíbené. Obecně se hrály české skladby. Hudební život byl značně omezen po nástupu Heydricha, co by říšského protektora, a ještě více po atentátu na něj. Literární scéna popisovala tehdejší nálady. Ke konci války se situace začala lepšit a po jejím konci se kulturní dění v kraji začalo vracet do původního stavu (Przybylová, 2013).

Okupace neprosplávala ani sportu. Německé tělovýchovné spolky mohly pokračovat v činnosti, prakticky beze změny. Komunistické spolky byly rušeny, nebo bylo nahrazováno vedení a ideologie byla nahrazena germanistickými myšlenkami. Sokol a jeho aktivity byly sledovány, později začal být omezován, nakonec byl zrušen úplně (Przybylová, 2013).

Tisk i rozhlas byly pod přísnou cenzurou, proto se lidé často uchýlovali k poslechu zahraničního rozhlasu. Po porážce Německa vyšly první ostravské noviny 05. 05. 1945 – Nová svoboda a Nové slovo. 11. 05. 1945 byla obnovena i činnost rozhlasu (Przybylová, 2013).

Školy byly v době německé okupace germanizovány a ve velkém zavírány, protože plán byl vytvořit z Čechů ngramotnou pracovní sílu. Děti byly posílány na střední školy jen v omezeném počtu. Knihy byly upravovány dle nacistické propagandy. Ženy neměly po většinu přístup ke vzdělání, kvůli nacistické ideologii. Byli zatýkáni učitelé, dokonce i žáci vyšších ročníků. Po válce se školství pomalu konsolidovalo a obnovovalo. Zásadní význam pro Ostravu mělo přemístění Vysoké školy báňské z Příbrami do Ostravy (Przybylová, 2013).

Komunistická strana Československa (dále jen KSČ) si brzy vybudovala postavení největší strany. Dostali se do většiny podniků díky vysokému podílu zastoupených v Revolučním odborovém hnutí (dále jen ROH). KSČ si dokázala získat důležitou pozici v bezpečnostních složkách. KSČ vedla společnost k radikalizaci, především v Ostravě byla tato tendence velmi zjevná. Rostla politická aktivita. Ve volbách z roku 1946 vyhráli komunisté s

téměř polovinou hlasů, v hornických čtvrtích dosáhli nejlepších výsledků. Roku 1948 komunisté provedli převrat a dostali se k moci. Po převratu bylo zastaveno vydávání některých novin. Další fází bylo plošné zatýkání, propuštění, odebrání postavení, vyhazovy ze škol (učitelů i studentů), propouštění nepohodlných novinářů. Církev byla v době socialismu potlačována. Lidé s vysokým postavením v dobách první republiky byli vystěhováni mimo velká města do pohraničí. Největší rozmach zažívalo družstevnictví. Po smrti Stalina a prezidenta Gottwalda došlo ke krizi, která se projevila měnovou reformou, společnost s ní však nebyla spokojená, protože lístky byly vyměněny za oběživo v nevýhodném kurzu. Následně propukaly nepokoje, stávky a demonstrace, které byly vojenskou silou potlačeny, organizátoři a účastníci byli zatýkáni. Krizi částečně vyřešilo snížení cen. Komunistická strana se snažila lidem prezentovat neúspěšné pětileté plány, jako úspěšné – docházelo k manipulaci s informacemi a veřejným míněním. Media se také zasadila o podporu reformní nálady a začaly se vyjadřovat i oběti politických procesů. Na druhou stranu byla stále velká část společnosti konzervativní a prokomunistická. Veřejné diskuse na urychlení reform byly přerušeny okupačními vojsky Varšavské smlouvy. Došlo k opětovné kontrole médií a cenzuře, lidé byli propouštěni ze zaměstnání. Reorganizace se dočkaly také úřady, orgány měst, a celkově strana KSČ – vyloučení znamenalo znemožnění kariérního postupu, omezení činnosti, popř. ztráta zaměstnání, či znemožnění studia pro děti. Tyto tresty měly celospolečenský dopad, což vedlo k částečné emigraci obyvatel. Roku 1977 byla založena Charta 77, jejíž uveřejňování bylo zakázáno až do roku 1989. Ostravy byla velmi přísně sledována, což bylo v ostatních částech republiky považováno za neochotu zajímat se o politické dění. Spousta Ostravanů poprvé registrovala odpůrce režimu až v únoru roku 1989, kdy se řada ostravských disidentů angažovala za propuštění opětovně uvězněného Václava Havla. Na Ostravu bylo po celou dobu nahlíženo, jako na město uhlí a železa, to se promítalo hlavně v požadavcích jednotlivých pětiletých plánů na vyšší investice do hutní a strojní výroby (Przybylová, 2013).

Kultura a její vývoj byl ve velkém podřizován socialistickým myšlenkám a ideologii. Prakticky každá část kulturních projevů zaznamenala cenzuru (Przybylová, 2013).

Sport měl své postavení i v socialistické společnosti. Všechny sportovní instituce byly sloučeny do jedné – Sokol. Zlatá tretra měla předchůdce v běžeckých závodech z roku 1961. Na sport, jako na asi jediné odvětví, neměla normalizace tak velký dopad (Przybylová, 2013).

Po pádu komunistického režimu vznikla v Moravskoslezském kraji a převážně v Ostravě velká strukturální nezaměstnanost. Tato krize trvala několik let, než se začala postupně nezaměstnanost snižovat (Przybylová, 2013).

## **4 Metodika shromažďování dat**

Vykreslování mediálního obrazu kraje pro potřeby této bakalářské práce stojí na metodě obsahové analýzy. Sběr dat byl rozdělen do dvou fází, konkrétně fáze přípravné a fáze realizační. Průběh obou fází bude popsán ve čtvrté kapitole. Poznatky této bakalářské práce budou vyhodnoceny z kvalitativního výzkumu v podobě pozorování. Samotné realizaci výzkumu předcházelo definování problému a cíle, rozvržení časového harmonogramu výzkumu a definování zdrojů dat.

### **4.1 Přípravná fáze**

#### **4.1.1 Definování problému**

Definování problému je nezbytnou částí mediálního obrazu a dá se pokládat i za jednu z nejdůležitějších fází. V dnešní době, kdy média dokáží do značné míry ovlivňovat nálady a smýšlení lidí o jakémkoli soukromoprávním či veřejnoprávním subjektu, je mediální prezentace důležitá. Jinak tomu není ani u prezentace krajů, které své zviditelňování provádí všemi dostupnými prostředky. Ani dnes neupadá vliv tištěných médií, konkrétně deníků, kterých se v průměru prodá 654 000 výtisků za den (Mediaguru.cz, 12. 02. 2019, 10:35). Kraje skrze deníky informují občany o politických rozhodnutích, chystaném rozpočtu, zajímavých událostech a důvodech, proč by měli obyvatelé navštěvovat právě jejich kraj.

Cílem je zjistit, jak se Moravskoslezský kraj v deníku prezentuje a jaká témata jejich prostřednictvím tohoto nástroje komunikuje. Otázkou je, zda kraji témata prezentovaná v deníku přináší čtenářům pozitivní či negativní mediální obraz o kraji, případně jaký má zjištěný mediální obraz vliv na kraj. Dílčí otázkou je také, zda vybraný deník používá při svém mediálním sdělení expresivní výrazy, které by mohly vyjadřovat subjektivní postoj autora článku či deníku celkově. V rámci úrovně mediální komunikace a prezentace vyvstává také otázka, kde se může vyskytovat v tomto ohledu největší nedostatek.

#### **4.1.2 Definování cíle výzkumu**

Na základě výše definovaného problému a cíle bakalářské práce byly stanoveny následující stupně hodnocení, které mohou v rámci hodnocení mediálního obrazu Moravskoslezského kraje vyplynout.

- **Mediální obraz je pozitivní.**

Kraj v rámci své mediální komunikace skrz deník nemá prakticky co zlepšovat a působí na čtenáře dojem ideálního místa pro život.

- **Mediální obraz je spíše pozitivní.**

Kraj v rámci své mediální komunikace skrz deník má jisté nedostatky, které však nejsou natolik vážné, nebo četné. Na čtenáře působí kraj dojemem, že se z větší části dá pokládat jako velmi dobré místo pro život.

- **Mediální obraz je neutrální.**

Kraj v rámci své mediální komunikace skrz deník má vyrovnaný počet kladů i negativ. Na čtenáře působí neurčitým dojemem a vytváří pocit, že z tohoto kraje nevyplývají ani výhody, ani nevýhody.

- **Mediální obraz je spíše negativní.**

Kraj v rámci své mediální komunikace skrz deník má více nedostatků, pozitiv je výrazně méně oproti negativům. Na čtenáře působí více negativním dojemem a při hodnocení kraje se nachází více důvodů, proč by tam občané neměli chtít žít.

- **Mediální obraz je negativní.**

Kraj v rámci své mediální komunikace skrz deník má kraj pouze negativní stránky a na čtenáře působí dojemem anti utopie, kterou by neměl občan nejlépe ani navštívit.

Pro účely bakalářské práce byla také sestavena stupnice klasifikace problému, která vychází z klasifikační stupnice základní školy v České republice. Tato stupnice je dále použita pro zjištění mediálního obrazu pomocí matematické metody výpočtu aritmetického průměru, kdy se všechny hodnoty sečtou, a výsledek tohoto součtu je následně vydělen množstvím prvků zkoumaného souboru. Pro větší přesnost bude výsledná hodnota zaokrouhlena na dvě desetinná místa a výsledek se určí jako průnik hodnot.

**1 – pozitivní**

**2 – spíše pozitivní**

**3 – neutrální**

**4 – spíše negativní**

**5 – negativní**



Hodnoticí stupnice byla také vytvořena v rámci výše zmíněné dílčí otázky, kterou se myslí používání expresivních výrazů v textu, prozrazujících autorův názor či snahu ovlivnit tímto způsobem čtenáře (úmyslně nebo neúmyslně).

**Ano** – Autor článku použil pozitivní expresivní výrazy, ať už úmyslně či neúmyslně (záměr nelze potvrdit ani vyvrátit).

**Ano, pozitivní** – Autor použil pozitivně laděné expresivní výrazy.

**Ano, negativní** – Autor článku použil negativní expresivní výrazy.

**Ne** – Autor článku použil sdělovací prostředky bez zjevného expresivního zabarvení, popisoval skutečnost neutrálně.

Pokud bylo v článku použito expresivních výrazů, je v kapitole 5 popsáno do jaké míry a v kolika člancích. Stejně tak je níže vykresleno použití expresivity a v jakém ohledu je autorem bakalářské práce pocíťovaná.

Dále byly na základě definovaného problému a cíle diplomové práce stanoveny následující hypotézy, které budou na základě obsahové analýzy potvrzeny nebo vyvráceny.

- **H1:** Největší množství článků bude odpovídat kategorii Práce.
- **H2:** Více než 15% článků z kategorie Životní prostředí se bude zabývat znečištěným ovzduším v MSK kraji.
- **H3:** Alespoň 10% článků z kategorie Politika se bude týkat tématu prezidentský voleb pro rok 2018.
- **H4:** Nejméně početná kategorie bude Sport.
- **H5:** Celkový mediální obraz vyjde jako Spíše negativní.
- **H6:** Expresivně laděných článků bude méně, než 5%.

#### 4.1.3 Časový harmonogram výzkumu

Následující tabulka popisuje časový harmonogram a rozvržení jeho samostatných úkonů. Tyto úkony náleží jak přípravné, tak realizační fázi výzkumu. Na základě časové náročnosti výzkumu bylo vyhrazeno na celkové zpracování 5 měsíců.

**Tabulka 4.1 Časový harmonogram výzkumu**

Jednotlivé četnosti	Prosinec 2018	Leden 2019	Únor 2019	Březen 2019	Duben 2019	Květen 2019
Definice problému, cíle a hypotéz	x					
Volba výběrového souboru a metody výzkumu		x				
Plán výzkumu		x				
Obsahová analýza			x			
Zpracování dat				x		
Analýza dat					x	
Návrhy a doporučení						x

Zdroj: Vlastní zpracování, 2019.

#### 4.1.4 Zdroje dat

Za účelem analýzy mediálního obrazu Moravskoslezského kraje byl použit jeden zdroj. Tímto zdrojem je celostátní deník Mladá fronta DNES (dále jen MF DNES), který je dle analýzy zpravodajského webu MediaGuru.cz nejčtenějším seriózním typem média v ČR za rok 2018.

#### 4.1.5 Obsahová analýza

Obsahová analýza bude metodou pro sběr dat určených pro výzkum mediálního obrazu kraje. Obsahová analýza se uskuteční pomocí vyhledávání článků MF DNES a jejich následné analýzy obsahu. Data zaznamenaná z obsahové analýzy budou prezentována v podobě tabulky v následující kapitole (viz. Tabulka č. XY). Tabulka se záznamy z obsahové analýzy celkového objemu článků je nejefektivnější a nejjednodušší nástroj pro extrakci dat a pro vytvoření jejich záznamu.

Výzkumný problém autor definuje, jako prezentaci kraje v celostátním médiu MF DNES a možné důsledky v rámci této prezentace sama sebe. Cílem výzkumu je zjištění možnosti působení Moravskoslezského kraje na občany v rámci jejich mediálního obrazu a tedy dojem, jaký může kraj vytvářet u obyvatel ČR.

Základní soubor tvoří databáze Anopress IT. Výběrový soubor byl v tomto ohledu vybrán jako všechny články MF DNES za období 01. 01. 2018 až 31. 12. 2018 z databáze Anopress IT. MF DNES je nejprodávanější český deník v ČR (Mediaguru.cz, 12. 02. 2019, 10:35), je psán v českém jazyce. Všechny články byly vybrány z celostátních vydání na

základě klíčového slovního spojení „Moravskoslezský kraj“. Počet článků odpovídajících zmíněnému klíčovému slovnímu spojení dosáhl 705 kusů, všechny jsou dohledatelné v databázi na serveru Anopress.cz.

## **4.2 Realizační fáze**

### **4.2.1 Obsahová analýza**

Sbírání dat proběhlo při procházení jednotlivých článků MF DNES za období od 01. 01. 2018 do 31. 12. 2018. Do Tabulky č. 5.1 byly zaznamenávány výsledky četnosti jednotlivých třinácti kategorií, které si autor sám navrhnul pro účely bakalářské práce. Názvy jednotlivých kategorií: Sociální věci, Práce, Zdravotnictví, Vnitro a spravedlnost, Doprava, Politika, Ekonomika, Průmysl a obchod, Sport, Školství, Kultura, Životní prostředí, Živelné pohromy/neštěstí. Autor bakalářské práce prohlašuje, že se jedná o jeho subjektivní názor, co se hodnocených kategorií a jednotlivých článků týká, popisuje svůj dojem z vybraných článků a na základě toho je zařazuje do jednotlivých jím vytvořených kategorií odpovídajících nabytému dojmu. Jednotlivé články mohou odpovídat vícero kategoriím a mohou tedy obsahovat zařazení do jedné až všech kategorií.

**Sociální věci** – Takto označené články se zabývají všemi oblastmi životní úrovně obyvatel, počtem obyvatel, migrací obyvatelstva, všemi druhy transferových plateb pro občany, pomocí lidem v nouzi, dětskými domovy, péčí o děti, sociálními zařízeními a všemi zmínkami o nich.

**Práce** – Takto označené články se zabývají všemi oblastmi zaměstnaností, nezaměstnaností, pracovními příležitostmi, zaměstnavateli, zaměstnanci, platy, pracovně právními vztahy a všemi zmínkami o nich.

**Zdravotnictví** – Takto označené články se zabývají všemi oblastmi zdravotní péče, záchrannými akcemi v oblasti zdravotnictví, vedením nemocnicí, nemocemi, způsoby léčby, lékaři, zdravotníky, nařízeními v oblasti zdravotnictví, vědeckými objevy veškerou zdravotnickou agendou a všemi zmínkami o nich.

**Vnitro a spravedlnost** – Takto označené články se zabývají všemi oblastmi policejního působení, všemi oblastmi působení hasičských záchranných složek (profesionálních i dobrovolných), všemi oblastmi soudnictví a jurisdikce a všemi zmínkami o nich.

**Doprava** – Takto označené články se zabývají všemi oblastmi dopravy pozemní, vodní, letecké a všemi zmínkami o nich.

**Politika** – Takto označené články se zabývají všemi oblastmi politiky, politologie, vlády na všech úrovních, politických činitelů všech úrovních, politickými výroky a všemi zmínkami o nich.

**Ekonomika** – Takto označené články se zabývají všemi oblastmi financí a ekonomiky a všemi zmínkami o nich.

**Průmysl a obchod** – Takto označené články se zabývají všemi oblastmi průmyslu, obchodu, včetně vědeckotechnického pokroku a všemi zmínkami o nich.

**Sport** - Takto označené články se zabývají všemi oblastmi sportu, sportovními disciplínami a všemi zmínkami o nich.

**Školství** – Takto označené články se zabývají všemi oblastmi školství, školních zařízení a všemi zmínkami o nich.

**Kultura** – Takto označené články se zabývají všemi oblastmi umění, památkami, památkářstvím, kulturními akcemi, podporou kultury a všemi zmínkami o nich.

**Životní prostředí** – Takto označené články se zabývají všemi oblastmi životního prostředí a všemi zmínkami o něm.

**Živelné pohromy/neštěstí** – Takto označené články se zabývají všemi oblastmi nehod a neštěstí všech příčin a všemi zmínkami o nich.

Po vyplnění tabulky pro rozdělení do kategorií proběhla kontrola sběru dat v podobě opětovné kontrolní obsahové analýzy. Během kontroly nebyly nalezeny žádné odchylky oproti původnímu zjištění, které by jakkoli mohly ovlivnit konečný výsledný mediální obraz.

## 5 Analýza výsledků výzkumu

V teorii masové komunikace nenalezneme přesnou formulaci a definici mediálního obrazu, ačkoli je tento termín často používán. Jeho vnímání je dosti intuitivní a subjektivní, může obsahovat jednotlivé obrazy vykreslující chování a postavení subjektu, stejně jako cílené budování celkového dojmu. Z obecnějšího hlediska by se dal mediální obraz nazvat prostředkem pro zobrazení reality, který pomocí znakové sestavy reprezentuje jistý objekt, pro tuto práci Moravskoslezský kraj. Jak příjemci, tak tvůrci do mediálního obrazu promítají své empirie, hlediska a postoje. Tento termín je v současné době občas chápán negativně, protože se má za to, že je vytvářen s účelem pomoci zadavateli, který jej financuje, aby tím vytvořil požadovanou image. (Volek, 2013).

Dle Jeřábka „Konstrukce mediálního obrazu je komplexním a kontinuálním procesem, který nelze zcela snadno ovládnout ani zafixovat.“ (zdroj: Jeřábek, s. 10, 2013). Při vytváření mediálního obrazu jsou aplikovány některé teorie.

Jednou z nich je teorie rámcování (framing), ta poukazuje na interpretaci daných témat. Tato teorie říká, jak by společnost měla o jistém tématu přemýšlet. Pojem „rámec“ se dříve zaměřoval s „kontextem“ či „úhlem pohledu“. Dle McCombse „Rámcovat znamená vybírat určité aspekty vnímané reality a zvýšit jejich významnost ve sdělovacím kontextu tak, že se prosazuje určitá definice problému, kauzální vysvětlení, morální hodnocení či také doporučení řešení popisované záležitosti.“ (zdroj: McCombs, s. 133, 2009).

Druhá teorie, která se podílí na vzniku mediálního obrazu je teorie zvýraznění (priming). Zaoberá se postavením tématu v mediální agendě a významností tématu. Za předpokladu, že událost splňuje jisté charakteristiky, může se stát hlavní událostí v agendě všech masmédií. (Jeřábek, 2013)

Třetí významnou teorií, která se také dá považovat za nejznámější je nastolování agendy (agenda setting). Jako první přišel s touto myšlenkou Walter Lippmann ve své knize Public Opinion (1922), byť tento konkrétní pojem ještě nepoužil. Tehdy vycházel z představy, že média určují kognitivní mapu světa a informují o událostech, které se odehrávají mimo bezprostřední zkušenost. Dle Lippmanna nereaguje veřejné mínění na okolní prostředí, ale na pseudoprostředí vytvořené zpravodajskými médii. (Červenka, 2008) Na Lippmannovy myšlenky později navázali Maxwell McCombs a Don Shaw. Právě tato dvojice poprvé použila označení nastolování agendy. Během jejich výzkumu při prezidentské kampani v roce 1968 přišli na to, že témata, na něž je kladen ve zprávách důraz, začnou být

po určité době vnímána veřejností jako důležitá, jinými slovy je veřejná agenda nastolována mediální agendou. (McCombs, 2009)

Pokud má být téma zařazeno do mediální agendy, musí splňovat jisté vlastnosti, které se označují souhrnným názvem koncept zpravodajských hodnot. „Zpravodajskými hodnotami se rozumí všechny faktory, jež v daném období a daném sociálním a kulturním prostředí rozhodují o zařazení zprávy do zpravodajství.“ (zdroj: JIRÁK, s. 77, 2007) O zařazení zpráv do mediální agendy může rozhodnout jak kombinace více faktorů, tak intenzita pouze jednoho faktoru. Jako první začal používat pojem „zpravodajská hodnota“ právě Walter Lippmann v knize *Public Opinion*. Dle jeho názoru mezi ně patří jednoznačnost události, překvapivost, prostorová blízkost, osobní zaujetí a konflikt. Johan Galtung a Marie Rugeová provedli jako první metodologicky podloženou analýzu v roce 1965. Z empirického výzkumu vzešlo dvanáct zpravodajských hodnot, kterými jsou frekvence, práh pozornosti, jednoznačnost, význam, souznění, překvapení, kontinuita, variace, vztah k elitním národům, vztah k elitním osobám, personalizace a negativita. (JIRÁK, 2007) Tento seznam se stal v posledních letech předmětem kritiky a byl proto upravován. Aktuální podobě žurnalistiky přizpůsobili seznam Harcup a O'Neill. Podle nich musí splňovat aspoň jedno nebo více z následujících kritérií: mocná elita, celebrity, zábava, překvapení, špatné zprávy, dobré zprávy, význam, relevance, kontinuita, vhodnost pro agendu zpráv. (HARCUP, 2001) Výběr jednotlivých zpráv ovlivňuje vedle jejich vlastností také typ média. Pro tištěné zpravodajství platí jiná výběrová kritéria než pro televizní zpravodajství. Televize preferuje události, k nimž má dostupný obrazový materiál. Další rozdíl mezi tištěným a televizním zpravodajstvím je menší množství událostí obsažených v jedné relaci spolu s menším množstvím zprostředkovaných skutečností o každé z nich. (TRAMPOTA, 2006)

## **5.1 Zdroj dat podrobených analýze**

Pro účely bakalářské práce byla provedena obsahová analýza na základě archivu databáze Anopress IT, konkrétně článků seriózního média celorepublikového vydání deníku MF DNES za období 01. 01. 2018 až 31. 12. 2018. Toto období bylo vybráno z důvodu aktuálnosti a autorova subjektivního záměru zjistit, jaký mediální obraz si mohli v nejbližší minulosti čtenáři MF DNES vytvořit na základě informací poskytovaných nejčtenějším tištěným seriózním médiem v zemi. Pro obsahovou analýzu bylo vybráno klíčové slovní spojení „Moravskoslezský kraj“, jelikož je cílem vykreslit mediální obraz právě Moravskoslezského kraje. Výsledek analýzy a celé bakalářské práce potom může být jakýmsi zrcadlem obrazu, který vytváří nejen zastupitelstvo kraje, ale také společnosti působící v

tomto regionu, organizace, spolky, školy a občané samotní. Mediální obraz totiž není výsledek působení jednotlivce, byť i ten může do jisté míry ovlivnit celkový pohled na kraj, nýbrž všech, kteří se v tomto regionu pohybují, žijí, či jakkoli působí.

### 5.1.1 Zkoumaný soubor prvků

Ve zkoumaném období bylo v rámci zdrojového média napsáno celkem 705 článků obsahujících výše uvedené klíčové slovní spojení. Z níže uvedené Tabulky č. 5.1 je vidět počet článků v jednotlivých měsících a aritmetický průměr množství článků na měsíc. Ve většině případů publikoval MF DNES zpravodajský žánr, který by použit v 87,5 % všech analyzovaných článků, pro zbylých 12,5 % článků byl použit styl publicistický. Publicistické články se skládaly z rozhovorů a reportáží. Z tabulky je jednoznačné, že nejvíce článků vyšlo v měsíci lednu (84). Důvodem je velký zájem médií o volbu prezidenta celkově. Důkazem toho je 19 článků zabývajících se tématem volby prezidenta ve všech ohledech. Zbylé měsíce, až na odchylky v měsících květnu a září, mají nepříliš velké odchylky od průměru. S výsledkem analýzy četnosti článků se dá tvrdit, že nebylo do zajímavosti silnější téma, nežli volba prezidenta, jelikož žádné jiné téma se četností neopakovalo tolikrát, aby měsíční počet článků ovlivnilo tak znatelně průměrné množství článků.

**Tabulka 5.1 Počet článků**

	Počet článků
Leden	84
Únor	65
Březen	60
Duben	60
Květen	47
Červen	61
Červenec	54
Srpen	55
Září	43
Říjen	62
Listopad	58
Prosinec	56
Celkem	705
Průměr	58,75

Zdroj: Vlastní zpracování, 2019.

V předchozí kapitole byly zmíněny a popsány kategorie, jejichž četnost v článcích je zaznamenaná níže v tabulce.

Z tabulky níže vyplývá, že nejvíce se psalo v roce 2018 o politicky laděných tématech, přičemž téměř pětina článků tohoto zaměření byla věnována volbě prezidenta republiky. Tento poznatek vyvrací první hypotézu z kapitoly 4, kdy se předpokládalo, že největší zastoupení článků bude mít kategorie Práce. Na základě údajů z tabulky se však dá usoudit, že politika, jako taková, je jednou z nejčtenějších kategorií i při opomenutí 19 volebních článků. Tento fakt potvrzuje třetí hypotézu, že alespoň 10% článků z kategorie Politika se bude týkat tématu prezidentských voleb pro rok 2018. Procentuálně jsou zastoupeny politické články zaměřené na prezidentské volby ze 17 % v této kategorii. Autor práce má za to, že důvodem je snaha politiků o transparentnost, vytvoření dobré image sobě i kraji a také případné obhájení svých politických kroků. Druhým důvodem může být dle autora práce také snaha média o plnění funkce tzv. hlídacího psa politiky, kdy jednou z teorií o funkci médií je myšlenka, že média mají mít dozor nad fungováním státu a mají mít snahu informovat o všech krocích politických činitelů.

Na pomyslném druhém místě v četnosti témat je kategorie zabývající se životním prostředím. Tento fakt není dle autora práce překvapivý, protože tato oblast zájmu je všeobecně v Moravskoslezském kraji aktuální od doby, kdy byl tento kraj průmyslovým centrem státu, což vyplývá také z četnosti článků zabývajících se znečištěním ovzduší v Ostravě. Kategorie Životní prostředí čítá 94 článků, z toho 19 se zabývalo znečištěním ovzduší v MSK kraji. Konkrétně 20 % článků kategorie Životní prostředí se zabývá znečištěným ovzduším, což potvrzuje druhou hypotézu, že o ovzduší bude napsáno ve více, než 15% článků týkajících se Životního prostředí.

Třetí nejčastěji zmiňovaná kategorie se zabývá zdravotnictvím a celkový počet článků je 82. Zdravotnictví do jisté míry souvisí s následky znečištěného ovzduší a životním prostředím. Článků, které se v rámci těchto dvou kategorií prolínají, je 9. Další samostatnou větší četnost mají články ze zdravotnictví, rozebírající situaci po změně ředitele Fakultní nemocnice Ostrava. Celkové množství článků zabývajících se tímto tématem bylo 7.

Živelné pohromy/neštěstí je kategorie s nejnižším počtem článků. Tato skutečnost vyvrací čtvrtou hypotézu, že nejméně početnou kategorií bude Sport.

Zbylé kategorie v Tabulce č. 5.2 nevyčnívají nízkou, ani vysokou četností a nevybočují tedy viditelně v rámci množství článků na kategorii.



**Tabulka 5.2 Četnost kategorií**

Jednotlivé kategorie	Počet článků
Sociální věci	52
Práce	68
Zdravotnictví	82
Vnitro a spravedlnost	59
Doprava	59
Politika	107
Ekonomika	65
Průmysl a obchod	64
Sport	50
Školství	34
Kultura	73
Životní prostředí	94
Živelné pohromy/neštěstí	25

Zdroj: Vlastní zpracování, 2019.

Tabulka č. 5.3 shrnuje četnost jednotlivých klasifikačních stupnic výsledků mediálního obrazu jednotlivých článků. Z výsledků obsahové analýzy je patrné, že největší četnost výsledků mají shodně stupnice Pozitivní a Neutrální, každá kategorie po 203 výsledcích. Druhá největší četnost se vyskytla ve stupnici Negativní, tedy 125 článků, je zde však znatelný rozdíl v podobě 78 článků, z čehož vyplývá, že článků s negativním dopadem na mediální obraz je o necelých 40 % méně, nežli článků s pozitivním a neutrálním dopadem. Třetí největší četnost mají články se Spíše pozitivním dopadem na mediální obraz kraje a jen o 6 článků méně je těch se spíše negativním dopadem na celkovém čtvrtém místě, rozdíl tedy není příliš vysoký. Na konci tabulky je uveden výsledný aritmetický průměr, který byl ve snaze o co největší přesnost zaokrouhlen pouze na dvě desetinná místa. Na základě výsledné hodnoty aritmetického průměru všech článků s přidělenou hodnotou od 1 (Pozitivní) do 5 (Negativní) na základě stupnice klasifikace známek ve škole vychází výsledný mediální obraz Moravskoslezského kraje na spíše neutrální, jelikož hodnota je na pomyslné stupnici blíže k číslu 3 (Neutrální), nežli k číslu 2 (Spíše pozitivní). Z výsledků obsahové analýzy se dá tedy usuzovat, že celkový mediální obraz MSK kraje pro čtenáře MF DNES je po přečtení všech článků zabývajících se všemi tématy v Moravskoslezském kraji (resp. všech článků obsahujících klíčové slovní spojení „Moravskoslezský kraj“), ve větší míře nespecifický. Lehce tíhne k pozitivnější rovině, avšak do takové míry, že to není příliš zaznamenatelné. Autor bakalářské práce uvádí, že výsledek této obsahové analýzy byl vyhodnocen na základě jeho subjektivního hodnocení po přečtení všech článků s klíčovým slovním spojením „Moravskoslezský kraj“ a může být tedy zkreslen na základě jeho vnímání. Tento výsledek

vyvrací pátou hypotézu z kapitoly 4, která předpokládala spíše negativní mediální obraz kraje.

**Tabulka 5.3 Klasifikace článků**

	Počet článků
Pozitivní (1)	203
Spíše pozitivní (2)	90
Neutrální (3)	203
Spíše negativní (4)	84
Negativní (5)	125
Celkem	705
Aritmetický průměr	2,77

Zdroj: Vlastní zpracování, 2019.

Dílčím cílem této kapitoly bylo také zjistit četnost expresivních výrazů užívaných autory článků, resp. vybraným médiem MF DNES. Z tabulky č. 5.4 je zjevné, že četnost expresivních výrazů, či subjektivně hodnocených článků v rámci vybraného souboru článků je minimální množství, celkem 4.

První případ je spojený s článkem, který vyšel 10. 07. 2018. Samotný název titulku „Šéf, který se do funkce promlčel“, se dá považovat za ne příliš lichotivý. Dle zavedené klasifikace pro tuto bakalářskou práci by jej autor označil, jako Spíše negativní a ve stejném duchu pokračuje popis budoucího vedoucího sněmovny, který za své působení ve sněmovně ještě ani jednou na plénu nepromluvil a dle volby slov autora článku lze vycítit nejistotu, co se tohoto a vlastně jediného kandidáta na post vedoucího sněmovny týká.

Další článek zasažený subjektivním hodnocením vyšel k datu 27. 11. 2018. Samotný titulek ke článku „Zámku se vrací krása“ vyplývá pozitivně. Při popisu zámku používá pozitivně laděnou komunikaci vůči čtenáři, kdy popisuje vzhlednost zámku. Níže v článku je poté vidět také negativní vsuvka, kdy autor kritizuje zacházení se zámkem Kunín, kdy neochotou dřívějšího provozovatele došlo téměř k nevratným škodám, které se opravovaly na poslední chvíli. Článek lze zařadit do kategorie Spíše pozitivní.

Třetí článek, který do jisté míry vypovídal o autorově subjektivním názoru (případně názoru MF DNES), vyšel 21. 12. 2018. Titulek „Nové auto pro hejtmana“ je sice neutrální, následná komunikace vůči čtenáři však podsouvá myšlenku, že zmíněné nové auto byla zbytečná investice a obhajoba kanceláře hejtmana, která se obhajuje argumentem běžné praxe

ve všech ostatních úřadech, je vyvrácena názory ostatních kanceláří, které tuto obhajobu vyvrací. Článek by se dal označit za investigativní počín, kdy se autor snaží v deníku poukázat na mrhání peněz daňových poplatníků. V rámci zavedené klasifikace spadá článek pod hodnocení Negativní.

Poslední zaznamenaný článek s postojem autora (resp. média) vyšel 22. 12. 2018. V předvánoční době vyšel tento pozitivně laděný článek, který už svým titulkem „Matyášek vyhrál život. Už je doma“ se zdobnělinou jména Matyáš poukazuje na sympatie autora s příběhem, nebo spíš koncem příběhu malého chlapce, který byl předčasně přiveden na svět. Článek je napsaný emotivně a se sympatiemi k dítěti i rodině. Článek se dá označit za Pozitivní na základě zavedeného hodnocení.

Po výčtu zmíněných 4 případů subjektivnosti autora lze médium MF DNES označit jako seriózní a převážně objektivní. Dle názoru autora bakalářské práce se tyto 4 články nemohly do velké míry podepsat na celkovém mediálním obrazu Moravskoslezského kraje. Tento údaj potvrzuje šestou hypotézu z kapitoly 4, kdy předpoklad odhadoval zastoupení expresivních článků na méně než 5 %, což se zde potvrdilo.

**Tabulka 5.4 Hodnocení expresivity článků**

	Počet článků
Expresivně pozitivní	1
Expresivně spíše pozitivní	1
Expresivně neutrální	701
Expresivně spíše negativní	1
Expresivně negativní	1

Zdroj: Vlastní zpracování, 2019.

## **6 Využití řešené problematiky v žurnalistice**

V rámci praktické části byl vyhotoven úvodní článek, rozhovor a fejeton, které byly zpracovány na téma nezaměstnanosti a image Ostravy, jako krajského města Moravskoslezského kraje.

### **6.1 Úvodní článek: Je Ostrava stále černá?**

Nedostatek pracovních míst, málo peněz, vysoká nezaměstnanost. Je jen málo měst, o nichž se mluví v tolika negativních aspektech. Ostravě ještě pár těchto, a jim podobným, nechtěných přívěsků zůstává, byť se již tato představa neslučuje s realitou. Za tento nepříjemný přetrvávající dojem může s největší pravděpodobností krize, která se města výrazně a na delší dobu dotkla koncem 20. století, jak níže potvrzuje v rozhovoru vedoucí sociologické katedry Ostravské univerzity v Ostravě doktorka Nicole Horáková Hirschenrová. Tehdy se z průmyslového města plného sazí, oceli a koksu stalo prakticky během chvilky místo se spoustou nezaměstnaných bez větší kvalifikace, kde se práce hledala jen velmi obtížně pro většinu obyvatel.

#### **Krátký vývoj nezaměstnanosti**

Po pádu komunismu, v 90. letech 20. století, byla zavřena spousta dolů, které představovaly po dvě století obživu havířům. Ti se rázem ocitli bez práce, stejně jako spousta bývalých zaměstnanců oceláren a chemických závodů, procházejících tou dobou řadou strukturálních změn, ekologických omezení a ztrátou odbytišť po rozpadu trhu RVHP. V polovině 90. let následovala krize způsobena nekonkurenceschopností na zahraničních trzích ve spojení s privatizací velkých podniků. V Ostravě dosahovala v té době míra nezaměstnanosti 17,3 %. Vzhledem k tomu, že praxe většiny nezaměstnaných spočívala právě v jednostranné orientaci na těžký průmysl, bylo pro ně těžké nalézt nové zaměstnání, čímž vznikla velká nezaměstnanost bez vidiny možnosti zlepšení. Zlepšení přinesl vstup do EU v roce 2004, čímž se sice snížila celorepubliková hodnota ekonomicky aktivních bez práce, regionálně to však poukázalo na rozsáhlý problém se strukturální nezaměstnaností v Ostravě. Další nepříznivou událostí byla ekonomická krize z roku 2008, nesoucí s sebou klasický projev nepříznivého období – snižující se počet lidí v pracovním poměru až do roku 2015. Dle slov docenta katedry ekonomie Milana Šimka pro Českou televizi se opět zlepšuje postavení profesí technického charakteru, tedy v průmyslu strojírenském, elektrotechnickém i stavebním.

## Důležitost vzdělání

Šanci na získání zaměstnání zvyšuje i nejvyšší dosažené vzdělání. Pokud se podíváme na rozdíl vzdělanosti mezi lety 2011-2016 v Tabulce č. 6.1 vytvořené na základě dat Sociologické fakulty Ostravské Univerzity, je jasné vidět, že rapidně ubylo lidí se základním vzděláním, lidí se středním vzděláním bez maturity a zvýšil se počet vysokoškoláků.

**Tabulka 6.1 Vývoj vzdělanosti ČR**

Vzdělání	Počet lidí s daným vzděláním (2011)	Počet lidí s daným vzděláním (2016)
Základní	1 500 000	408 000
Střední bez maturity	2 900 000	2 200 000
Střední s maturitou	2 400 000	2 100 000
Vysokoškolské	1 100 000	1 300 000

Zdroj: Data OU, katedry sociologie, 2018.

Do budoucna je trend zvyšujícího se počtu lidí s vyšším vzděláním žádoucím faktorem, protože se očekává i vyšší poptávka po lidech s vyšší kvalifikací, jak potvrzuje vedoucí sociologické fakulty na Ostravské Univerzitě, doktorka Horáková Hirschnerová. Oproti ostatním vyspělým zemím Evropské unie však stále ještě zaostáváme za průměrem, což by mohl být do později problém, jak potvrzuje doktorka. Nejdůležitější je mít plán, co do budoucna chceme od života a jakým směrem chceme posouvat svou kariéru. V posledních letech je totiž neblahým trendem studium bez konkrétnější představy podle vedoucí sociologické katedry. „Studenti často volí obory, které jsou zrovna moderní, nebo ty, kde se podle nich moc nenadřou pro získání diplomu. Výsledkem je potom to, že neuplatňují vzdělání v praxi, často si najdou zaměstnání v úplně jiném odvětví nebo vykonávají práci, na níž není třeba vysokoškolského vzdělání, což je pro stát nevýhodná investice“ říká vedoucí katedry sociologie. Výsledek je potom takový, že absolventi často pracují za kasou v obchodě, rychlém občerstvení nebo na jiné pozici, na níž není třeba vysokoškolského vzdělání.

## Teorie a praxe jdou ruku v ruce

Podle doktorky Hirschnerové je důležité propojení teorie s praxí. „Je důležité, aby studenti zkoušeli uplatnit nastudované vědomosti v komerční sféře. Škola nabídne různé teorie, které potom však student musí někde využít, zkusit aplikovat a přesně to je způsob,

jakým by mělo být studium doplňováno vlastní snahou“ říká odbornice přes sociologii. Studentům se tím zlepšují dané dovednosti a celou látku si i lépe zapamatují ve chvíli, kdy ji mají možnost otestovat dle doporučení vedoucí katedry. „Otevřeně, z mého pohledu určitě není dobře jen říkat studentům, že se mají věnovat pouze studiu a až po dokončení vysoké školy pracovat. Měli by studovat to, čemu se chtějí věnovat v pracovním životě, proto je třeba nabýt i praktických zkušeností“ zakončuje doktorka.

### **Snaha o pozitivnější vnímání Ostravy**

O zlepšení vnímání regionu, který je dodnes často odsuzován, jako jeden s vyšším podílem lidí bez práce a ekologickou zanedbaností, se snaží město v posledních letech větším množstvím projektů a snahou o změnu veřejného mínění. „Ostravané si musejí uvědomit, že Ostrava není jen město pro práci, ale také pro život a zábavu. Je tady spousta chytrých a pracovitých lidí, jejich problém ale spočívá v tom, že si málo věří“ uzavřela jednatelka a ředitelka společnosti Centrum pro rozvoj obcí a regionů Andrea Hrušková pro Moravskoslezský deník v roce 2015.

Na internetových stránkách Moravskoslezského kraje lze nalézt Komunikační strategii kraje. V ní se popisuje způsob externí komunikace kraj prostřednictvím médií tištěných, rozhlasových, televizních, internetových. Kraj také podle této směrnice vynakládá finance na komunikaci v rámci reklam, billboardů, kin a dalších výstavních ploch. Vlastní externí komunikace má podle stránek kraje probíhat v rámci webových stránek, jednání zaměstnanců úřadu, korespondencí či telefonicky. Poslední část, tedy telefonickou komunikaci, mohu zhodnotit, jako ne příliš efektivní, jelikož po rozhovoru s tiskovou mluvčí kraje, paní magistrkou Nikolou Birklenovou mi bylo sděleno, že na tuto komunikaci nemá čas. Otázkou potom zůstává, proč kraj inzeruje v závazném dokumentu telefonickou propagaci, když na ni není v konečném důsledku vyhrazen žádný časový fond, byť v cílových skupinách sdělení mají krom podnikatelů, investorů, turistů, médií a veřejných institucí také občany kraje.

### **Projekty, zaměřené na rozvoj města**

Ostravské vedení se snaží již nějakou dobu investovat do projektů, podporujících město v různých aspektech rozvoje. Oceňuji velký rozvoj zdejších kulturních institucí za posledních deset let, ale i Ostravy jako takové. Město rozkvétá a držím palce všem Ostravanům, ale i celému kraji, aby to tak i nadále pokračovalo. A věřím, že ministerstvo

kultury a vláda České republiky i v budoucnu podpoří projekty v oblasti nejenom takzvaného živého umění“ řekl v rozhovoru pro Moravskoslezský deník ministr kultury v demisi Ilja Šmíd.

### **Evropské město sportu 2014**

Ostrava získala titul Evropského města sportu pro rok 2014 a rozhodnutí padlo při 52. ročníku celosvětově známé sportovní události Zlatá tretra. Projekt má pomoci při dalším rozvoji sportu a poukázat na důležitost sportu. Město investovalo nemalé finanční prostředky do tohoto projektu ať už z hlediska medializace a propagandy, tak z pohledu investic do sportovního vybavení. „Do projektu jsme se přihlásili také proto, že chceme zatáhnout obyvatele města do různých sportovních aktivit, kterých by se v Ostravě konalo v roce 2014 více, než je běžné. Podpoříme i rekreační sport, budeme realizovat projekty výstavby a rekonstrukce sportovišť ve městě. Poučíme se z Liberce a projekt připravíme tak, aby o nás bylo více slyšet,“ konstatoval Martin Štěpánek na tiskové konferenci roku 2012 dle informací Moravskoslezského deníku.

### **Evropské město kultury 2015**

Ostrava ucházela o další celoevropský titul, jakožto Evropské město kultury. Ocenění je bráno jako podnět k dalšímu kulturnímu rozvoji a zlepšení v takto označeném městě. Bývalá důlní velmoc titul nezískala, přišla však s rozsáhlým plánem akcí i investicemi do kulturního života Ostravy. "Fakt, že jsme nezískali titul, i finanční krize sice realizaci našich vizí zpomaluje, v jejich naplňování ale pokračujeme," říká primátor města Petr Kajnar. Pokračovalo se v revitalizaci oblasti Dolních Vítkovic, byl vyhotoven plán na obnovu Černé louky.

### **Město pro byznys 2017**

Tímto označením se statutární město může pyšnit po vyhlášení 10. ročníku tohoto ocenění. Prokázal se tím velký potenciál a atraktivitu pro budování podnikání. Nejlepší výsledek byl v rámci přístupu veřejné správy, výborné hodnocení přišlo také v porovnání podnikatelského prostředí s vysokým podílem malých a středních firem. V neposlední řadě se město může ve výsledku pyšnit vysokým počtem studentů s oborným vzděláním, díky čemuž se násobí potenciál města i do budoucna. „Vidím v Ostravě velký podnikatelský potenciál. Osobně se podnikání věnuju od roku 1993, kdy jsem si založil večerku. Dnes se orientuju na sektor finančních služeb a finančního poradenství, čemuž se věnuju už více než 20 let.

Řekl bych, že největší možnost na rozvoj je v rámci služeb“ vykresluje pohled na situaci dlouholetý podnikatel Otto Košťál v krátkém rozhovoru pro účely mé bakalářské práce.

### **Obnova kavárenské tradice**

Neposledním projevem stoupající životní úrovně města je i velké množství nově otevřených podniků, především v centru. Prvním náznakem obnovy kavárenské tradice bylo znovuotevření kdysi proslulé kavárny Elektra, podle níž je pojmenovaná i tramvajová zastávka přímo před ní. Poté následovalo otevření několika restauračních zařízení s delším časovým rozestupem. Dnes je již Ostrava opět plná kaváren, bister, která jsou v poslední době hodně oblíbená a moderní, a klubů. Tato kombinace pozvedá kulturní a společenský život s možností výběru dle osobních preferencí.

### **5.2 Anketní otázka**

Pro účely bakalářské práce byla sestavena krátká anketa, ve které byla respondentům položena otázka: **„Jaký mají názor na celkovou současnou situaci v Ostravě a jak vnímají zaměstnanost/nezaměstnanost?“**.

#### **Robin Vrobel, 38, řidič kamionu, Ostrava**

No je to hrozné. Normální práci, aby člověk pohledal. Všude z vás chtějí strhat kůži a dají vám almužnu. Není jak za komunistů, všichni měli práci, byty, peníze, stát byl bohatý. Ti kapitalisti si na všech akorát mastí kapsy, žijou si na vysoké dopravního má zajímavé postavení, díky napojení na dálnici a páteřní vlakové lince na Prahu, Varšavu, Vídeň, Žilinu a Košice. Máte tady Mošnov a v okolí je pár dalších zajímavých letišť. Po stránce bezpečnosti bych to hodnocení taky neviděl příliš pozitivně.

#### **Zdeněk Janděl, 23, student, Opava**

Podle mě je nezaměstnanost velmi nízká, práce je skoro všude, dokonce se i zvýšily mzdy. Ten kdo chce pracovat, tak si dneska práci najde. Není to jako kdysi, že práce nebyla. Dnes se dá najít fajn práce za dobré peníze, což je super. Teď jsme na tom vrcholu, stoupali



jsme nahoře a očekávám tedy nějaký zlom, kdy to půjde zase směrem dolů. Investoři i zbystřili a čeká se menší propad. Tak uvidíme, co přinese čas.

**Ladislava Foldynová, 60, zdravotní sestra, Brno**

Tady je nezaměstnanost větší než v celorepublikovém průměru, pozavírali tady hutě a doly, hodně lidí tady bylo zaměstnaných, co dojížděli a všechno to tady fungovalo. Kdysi se Ostravě říkalo železné srdce Evropy právě díky průmyslu. Tím, že to pozavírali, přišli o práci horníci i administrativní pracovníci, protože na provoz průmyslu je třeba i inteligence. Dnes jsou tu jen obchody, reklamní agentury a vše se řídí obchodem. Není tady ta jistota práce, kdy v jednom podniku pracovalo několik generací jedné rodiny a je škoda, že to tu není. Jsou tady sice nárazové akce, festivaly, ale to nedává lidem dlouhodobou práci, podle mě to tady dost stagnuje, ale tohle je názor starého člověka.

**Stanislav Sikora, 19, obráběč kovů, Pardubice**

Dokud je práce, je co jíst, tak to jde. Já makám jak fretka, takže nemám čas to zkoumat. Ale mohli by v Ostravě udělat metro, jako mají v Praze.

**Irena Priebojová, 42, ošetřovatelka, Praha**

Ostravu mám moc ráda, je to moje rodné město. Ta nezaměstnanost se mi moc nelíbí. Kdysi museli pracovat všichni, kdo nedělal, byl příživník. Dnes je jiná doba člověk musí pořád dokazovat jak je dobrý aby měl práci a aby v ni obstál. No ještě ohledně financí se člověk ohlíží, aby měl dostatečně zapláceno, mnohdy mu nic nezbyde. Dnes se lidé z Ostravy stěhují do Prahy, nebo jezdí za prací do zahraničí, aby měli dostatek financí na obživu, nebo mají i dvě práce, aby zvládli finanční situaci.

**Daniela Novotná, 28, učitelka, Ústí nad Labem**

Já osobně v celku nabývám dojmu, že v Ostravě není až zas tak špatně, ale dost možná pro to, že jsem optimista a nejspíš si často také vystačím s relativním málem.

**František Sabev, 85, důchodce, Olomouc**

Pane, mně už je to jedno. Já jsem v důchodu, teď ať se starají mladí. Já si koupím pivo a je mi dobře.

### **5.3 Rozhovor: Nejcennější praxí, je praxe v oboru**

Nezaměstnanost. Všichni o ní mluví ať už správně či nesprávně, ale všeobecně se ví, že pokud je tato veličina ve vysokých číslech, neznamena to nic dobrého. Na Ostravsku se stalo toto slovo již součástí vizitky Moravskoslezského kraje, který byl ještě nedávno sužován těžkostmi při hledání zaměstnání. Pokud však máme pochopit, jak všechno funguje, je třeba se na celou problematiku podívat od začátku. Pro vysvětlení jsem se vydal za vedoucí sociologické katedry Ostravské univerzity v Ostravě, doktorkou filozofie, Nicole Horákovou Hirschlerovou, která se mi pokusí objasnit otázky spojené s nezaměstnaností, jejím výpočtem a vlivem na ekonomiku a občany.

#### **Můžete do začátku objasnit, co to nezaměstnanost je?**

Na nezaměstnanost se musíme dívat komplexně, zároveň s ní musíme brát v potaz i zaměstnanost, jsou to totiž dva navzájem neoddělitelné pojmy. Základní definice říká, že jako zaměstnaný člověk se bere ten, kdo minimálně jednu hodinu týdně pracuje za mzdu, plat nebo jakoukoli odměnu.

#### **Opravdu jednu hodinu?**

Ano, pro mne je to také zajímavá formulace. Podívejte, daty můžete manipulovat, jak chcete. To je však platná definice. Od těch, kteří tímto způsobem pracují, se potom odvíjí ti, kteří jsou nezaměstnaní. Nezaměstnaní jsou podle definice ne jen ti, kteří jsou registrovaní na úřadu práce. Ne všichni totiž mají nárok na příspěvky, tak potom se neregistrují a hledají práci sami, např. přes internet, kdy nakonec bývají většinou úspěšnější, než když se spoléhají na úřad, který často moc příležitostí v nabídce nemá. Podle obecné definice jsou to tedy lidé, kteří nejsou zaměstnaní, nebo kteří aktivně hledají práci, anebo lidé, kteří už mají práci, ale ještě do ní nenastoupili.

#### **Jak je to například s lidmi na rodičovské?**

Ti do nezaměstnaných nepatří, protože nejsou pracovnímu trhu k dispozici.

#### **Jak se nezaměstnanost počítá?**

To je podle mě důležitá otázka pro pochopení problematiky. Roku 2013 byla zavedena nová metodika v ČR na základě Eurostatu, aby se data z jednotlivých zemí dala mezi sebou porovnat. Na základě tohoto postupu se všechny osoby ve věku od 15 do 64 let považují za tzv. ekonomicky aktivní. Znamená to, že mohou být zaměstnaní nebo

nezaměstnaní. Ekonomicky aktivní věk se každým rokem posouvá nahoru, čímž se oddaluje vstup do důchodu. Na základě Eurostatu se potom udělá výběrové šetření pracovních sil. Jde o kontinuální šetření náhodně vybraných domácností a jejich obyvatel, tyto obyvatelé se potom zahrnou do statistiky a potom se zkoumá, kdo je zaměstnaný a kdo není.

### **Co mi řeknete ke způsobu vzniku nezaměstnanosti?**

Těch způsobů, jak nezaměstnanost vzniká, je více. Rozlišují se tři základní typy nezaměstnanosti. První typ zahrnuje nezaměstnanost, která vzniká na základě pohybu lidí v zaměstnání, např. člověku končí smlouva, tak zůstane měsíc nezaměstnaný a bere to jako takové malé prázdniny než nastoupí do nového zaměstnání. Dalším druhem je sezonní nezaměstnanost. V zimě bývá nezaměstnanost vyšší. Na příkladu by se dalo uvést stavebnictví, protože v zimě se nedá kopat, tak lidi zůstanou doma. Oba tyto druhy nejsou nijak závažné a nepředstavují větší problém. V pořadí třetí druh nezaměstnanosti je však mnohem závažnější. Jde o strukturální nezaměstnanost, která vzniká na základě nedostatečné kvalifikace lidí. Jednoduše řečeno, nabízená místa se neshodují s tím, co můžou nabídnout uchazeči o ně.

### **Nebyl právě to problém právě Ostravy v 90. letech?**

Přesně tak. Tehdy skončila velká spousta průmyslových podniků v Ostravě, zabývajících se těžkým průmyslem, hutnictvím, výrobou koksu, těžářstvím a všichni lidé, kteří tam do té doby pracovali se tak říkajíc ocitli na ulici., protože neměli jinou kvalifikaci a práci v oblasti, ve které pracovali, už nenašli, protože ta místa nebyla.

### **Jak vypadá vývoj nezaměstnanosti za posledních 5 let?**

Pravdou je, že nezaměstnanost stále klesá v celé české republice.

### **Takže i tady na Ostravsku?**

Ano. V roce 2013 byla nezaměstnanost kolem 8 % ze všech ekonomicky aktivních, dnes se to pohybuje kolem 3 %, což je obrovská pokles a dalo by se říct, že máme více méně plnou zaměstnanost. Zbytek lidí, který dneska nemá práci, představuje lidi, kteří jsou omezení zdravím, nebo nedostatečnou kvalifikací, jak jsem zmiňovala výše, ale jsou to jen takové pozůstatky dřívější doby.

### **Jak to vidíte s tvrzením, že Moravskoslezský kraj je region s vysokou nezaměstnaností?**

Řekla bych, že je to zaběhnutý předsudek z konce minulého století. Máme tady 3 vysoké školy, které jsou dobře vybavené, jsou zde firmy, které také poskytují zaměstnání lidem a najdeme i velké nadnárodní firmy, které zde investují a znamenají další možnosti nabídky práce.

### **Když je nezaměstnanost tak nízká, jaký to má vliv na pracovní trh?**

Ten vliv je tam samozřejmě velký, protože není dostatek kvalifikovaných pracovních sil, popřípadě je velmi obtížné ji najít či přitáhnout k sobě. To znamená, že zaměstnavatelé musí nabídnout více svým zaměstnancům, aby si je udrželi, anebo aby přilákali potenciální zájemce. Znamená to nabízet pestré benefity, vyšší plat, atraktivnější náplň práce. To staví zaměstnance do velmi výhodných pozic, kdy mohou požadovat vyšší plat s jistou kvalifikací. Dalo by se říct, že dnes si mohou vybírat zaměstnanci, oproti roku 2013, kdy byla situace jiná, vybírali si zaměstnavatelé. Tehdy připadalo na jedno pracovní místo zhruba 13-15 lidí, dnes to činí asi 2-3 uchazeče na jednu pozici. V dobré pozici jsou i odbory, které vyžadují vyšší mzdy pro zaměstnance a často se jim daří vyjednat lepší podmínky.

### **Co se dá říct o mzdách, za něž pracují lidé v Ostravě?**

Pravdou je, že mzdy jsou zde v porovnání se středočeským krajem, Prahou a Brnem, výrazně nižší, což naopak znamená, že tato oblast není tak atraktivní a dá se říct, že tedy nepřitahuje tolik zahraničních zaměstnanců, aby se musely platy hýbat směrem nahoru. Naopak Ostrava ztrácí lidi, kteří odchází často za větším výdělkem do Prahy a zahraničí, což může negativně ovlivnit budoucnost, protože tzv. odliv mozků může znamenat nedostatek kvalifikovaných pracovních sil.

### **Jaká je prognóza ohledně vývoje nezaměstnanosti?**

Neočekává se zpomalení ekonomiky a tedy zvýšení nezaměstnanosti, takže v tomhle ohledu jsou předpoklady dobré. Domnívám se však, že problémy by mohly nastat v rámci konceptu Průmyslu 4.0.

(Průmysl 4.0 je označení pro současný trend, kdy je lidská práce nahrazována stroji. Poznámka autora).

## **V čem tkví problém?**

Spousta lidí je dnes zaměstnaná ve velkých továrnách, kde provádí manuální práce, které ještě nebyly zautomatizovány. Jenom v rámci vývoje se budou časem automatizovat i tyto pozice, čímž dojde ke strukturální nezaměstnanosti, byť se o tom zatím moc nemluví.

**Všechny průmyslové revoluce s sebou většinou přinášely i nové využití člověka, tedy úplně nové pracovní pozice, což postupně opět situaci vyrovnalo...**

V tomto případě bych to tak pozitivně neviděla. Důvodem je odhad, že na základě automatizace zanikne celá jedna třetina všech pracovních míst, u nichž dojde k nahrazení stroji a tedy zrušení míst pro spoustu lidí. Samozřejmě tady budou i nově vzniklá místa, jak říkáte, avšak vzhledem k dosavadnímu objemu pracovních míst bude vytvořena jen jedna osmina nových pozic. Když se to tedy dá dohromady, je na první pohled jasné, že spousta lidí ztratí uplatnění na trhu práce.

## **Jak to bude se zmiňovanou osminou nových míst?**

Nebude jednoduché je získat, protože budou totiž dva extrémy v této oblasti. Na jedné straně budou pozice tak vysoce kvalifikované, že bude obtížné je získat, a na druhé straně vzniknou pozice, které zastane prakticky kdokoli bez jakékoli kvalifikace, tedy spíše pomocné síly. Lidé se střední kvalifikací budou nejspíše nahrazeni zmiňovanou automatizací.

## **Jaký vliv to bude mít na životní úroveň?**

Životní úroveň podle průměru nebude klesat, protože vysoce kvalifikovaná místa budou i velmi dobře placena, byť bude pracovat méně lidí. To však bude znamenat větší vynakládání financí na sociální oblast. Bude potřebovat přijít s novými modely zaměstnání, například zkrácené úvazky, které tvoří ve spoustě vyspělých zemí až 60 % zaměstnaných lidí, protože platy jsou dostatečně vysoké, aby si lidé mohli dovolit nechodit na celých 8 hodin.

## **Čím by se dalo zlepšit tuto situaci?**

Většinu pracovních míst zastávají lidé se středním vzděláním a povětšinou věří, že jim toto bude stačit. Jenom v rámci vzniku zmiňovaných nových vysoce kvalifikovaných míst bude třeba vzdělání vyššího právě pro zaplnění nových pozic. Vysokoškolsky vzdělaných lidí je v České republice stále méně, než je evropský průměr, a abychom zvládli jako region a z většího pohledu i jako republika tuto výzvu v podobě průmyslu 4.0 bude zapotřebí více

vysoce kvalifikovaných lidí. V tuto chvíli je totiž krátkozraký trend podporovat řemesla a výuční obory, avšak z dlouhodobého hlediska bude třeba více právě vysoce školených pracovníků.

**Často se setkávám s myšlenkou, ať už u studentů nebo rodičů studentů, kteří si myslí, že jakmile má člověk vystudovanou vysokou školu, pracovní trh se o ně popere a mají zaděláno na prestižní zaměstnání bez jakékoli praxe. Jaký na to máte názor vy?**

Osobně si myslím, a říkám to i svým studentům, že nejcennější je praxe v oboru. Spousta studentů si musí vydělávat sama na živobytí, avšak často to dělají prostřednictvím brigád, které je v profesním žebříčku jejich oboru nikam neposunou, a nezřídka se stává, že u těchto prací, které nevyžadují vysokoškolské vzdělání, potom zůstanou a to je škoda a problém. Ideální je, když si student najde něco v zaměření, které studuje. Ať už neplacenou stáž, placenou stáž, brigádu, či hlavní pracovní poměr, protože ve chvíli, kdy vyjdete školu a nemáte praxi, spousta zaměstnavatelů dá přednost praktickým zkušenostem před diplomem bez praxe.

**Jak to vidíte v kombinaci se školou? Ne vždy se to dá jednoduše skloubit a vyjít vstříc rozvrhu i zaměstnavateli.**

Podívejte, sám víte, že vysokoškolský rozvrh není od pondělí do pátku od 8 do 16 hodin. Je spousta prostoru pro dohody se zaměstnavateli a student by to měl jistě nejdříve zkusit u něj. Pokud to však jinak nejde, dá se vždy individuálně domluvit a osobně podporuji studenty, kteří chtějí budovat praxi při škole, musí však jít o praxi v oboru, který studuje.

**Nějaké doporučení na závěr?**

Doporučila bych se nebát starých strašáků a naopak čelit novým výzvám, které budoucnost jistě přinese.

#### **5.4 Fejeton: Jak jsem se vrátil na školu**

Nějaký ten rok zpátky po střední škole jsem nastoupil na ostravskou technickou univerzitu, abych se věnoval učení teoretické vědy ekonomické a zlepšil tak své povědomí o této problematice. Jako většina nastupujících jsem do výuky chodil s vidinou nabytí nových znalostí, potvrzených třemi písmenky před jménem, která mě mají jedinou dopomoci k lepší práci a postavení ve společnosti. Naneštěstí jsem se působením nějaké vyšší autority, osudu

či karmy (i když si neuvědomuji, že bych se choval nějak neuctivě), ocitl v nemocnici s nemocí, která mě vyřadila z individuálního maratonu, jehož vítěz získá diplom, potvrzující dotyčného znalosti a píli.

Ani patent na rozum jsem však diplomovaný neměl, proto mé další kroky působily lehce nediplomovaným dojmem. Jako zhrzený milenec, který dostal kopačky od své univerzitní milenky, jsem se rozhodl pro razantní krok ve svém postavení k životu. Jak mně nakazovala zákonná povinnost po ukončení studia a bez práce, rozhodl jsem se přihlásit na Úřad práce. V té době jsem dle svého bydliště spadal pod úřad, situovaný kousek od zastávky Důl Jeremenko, což mně připadalo, jako synonymum pro zlatý důl, který se mi otevře po návštěvě tohoto státem řízeného institutu poskytujícího práci všeho druhu.

Nehodlal jsem však svou šanci, získat dokonalého zaměstnání, promarnit nevhodnou přípravou, proto jsem se oblékl dle důležitosti tohoto úřadu. Za svou jednací uniformu jsem si zvolil maturitní oblek, který mi po nemoci sice nepadnul úplně dokonale, no věřil jsem, že s geometricky přesně učesanou pěšinkou ve vlasech, dokonale uvázaným windsorským uzlem na kravatě a botami lesknoucími se, jako čerstvě oholená hlava vyhazovače na Stodolní, mohu své šance, ve spojení s dech beroucím šarmem (který jsem nacvičil podle speciálních deseti minutových kurzů na všeho znalé stránce YouTube.com), mezi spoustou seriózních uchazečů opět trochu zvýšit. V plné polní, nebo spíš plné pracovní, jsem tedy vyrazil s odhodláním spartského vojáka vstříc této výzvě.

V tramvaji jsem ještě kontroloval manikúru, kterou jsem doslova dopiloval k bezchybnosti kapesním pilníkem schovaným v náprsní kapse. Byť jsem věděl, kde mám vystoupit, stejně jsem se každou zastávku rozhlížel kolem sebe a sledoval, zda souhlasí nápis na displeji tramvaje s nápisem na ceduli zastávky. Nepřijdu přeci pozdě (byť jsem žádný termín dohodnutý neměl). Pamatuji si, že na březnový den bylo tehdy nevídané teplo a já se snažil přesvědčit své tělo, pomocí praktik šaolinských mistrů západního umění, že mu vlastně vůbec není horko, tudíž není třeba se potit. Na základě tohoto soustředění jsem málem zapomněl vystoupit na zastávce Důl Jeremenko, která mi nejspíš na základě přehřátí organismu zněla, jako Eldorádo.

Při sebejisté chůzi jsem si stále opakoval, že musím mít při podávání ruky pevný, nikoli však drtivý, stisk, musím mít plynulý sebevědomý projev a odhodlání, jak radila další chytrá internetová stránka. Do toho jsem si pustil super motivační písničku, kterou

doporučuje slavný osobní kouč, kterého sleduji dennodenně na sociální síti jménem Instagram a vím o něm víc, než o většině členů mé vlastní rodiny.

Celá cesta od zastávky až k úřadu byla lemována polorozbořenými domky, připomínajícími spíše vesničku z druhé světové války po kobercových náletech, než místo, kde by měl být situovaný vážený pracovní úřad. Na druhou stranu jsem chápal, že každý kraj má své stinné stránky a dál jsem neochvějně procházel kolem pobíhajících nahých dětí a polonahých dospělých, visících na plotech a sledujících mou osobu, jako kus masa pomalu sušeného na slunci.

Po této nehostinně vypadající lokaci se přede mnou náhle, jako blesk z čistého nebe, zjevila vysoká budova, která zastínila i žhnoucí kotouč na nebi, a já věděl, že jsem na správném místě. Pomalu jsem kráčel k majestátní stavbě, před níž postávalo již o něco méně majestátně pár různorodých skupinek, které vypadaly jako vězeňské gangy v amerických filmech, a sborově pokuřovaly cigarety všech tvarů. Opatrně jsem prošel mléčně bílým oblakem kouře až ke dveřím, které jsem dříve nahmatal, než viděl.

Když jsem vykašlal veškerý dehet z plic a mohl jsem se znovu nadechnout, chtěl jsem mít v plicích znovu dehet, abych nemusel dýchat. Nejdříve jsem si myslel, že jsem omylem vešel na dálniční nezaplatněné záchodky. U informačního okénka, které mělo tolik prasklin, že připomínalo pavučinu workoholického pavouka, jsem se chtěl zeptat, kam mám jít. Než jsem však stihl položit otázku, dostal jsem odpověď: „Jděte doprava, zapište se a počkejte si, až Vás někdo zavolá.“. Neměl jsem odvahu odporovat tomu zženštilému mužskému nebo mužně ženskému hlasu a šel jsem se zapsat do dlouhé chodby napravo, která byla plná lidí všech národností, věkových skupin i pohlaví. Opět jsem se cítil, že se na mě všichni dívají zvláště lačným pohledem, takže jsem se snažil na nikoho nedívat a nenápadným krokem jsem došel až k zapisovacímu pultíku.

Tužka pro zapsání byla na první pohled přinejmenším okousaná. Obě strany zapisovací knihy byly zdobeny velkým červeným vulgárním nápisem, který se táhnul od levého dolního rohu úhlopříčně do pravého horního rohu s geometrickou přesností. S úmyslem nepoškodit tento ryze umělecký projev jsem opatrně vepsal své jméno do políčka, které nebylo červenou barvou nijak dotčeno. Když jsem viděl přisedící a jejich zjev, který obrazně vypovídal o postavení hygieny na jejich pomyslném žebříčku hodnot, rozhodl jsem se zůstat stát.



Nedlouho na to začaly uličkou pobíhat divoce vypadající děti, které mi při hře na demolovanou několikrát šláply na dokonale vyleštěnou botu. Ve chvíli, kdy jsem byl pošlapán asi popáté tím samým dítětem, rozhodl jsem se ho upozornit, že by bylo hezké běhat aspoň tam, kde není má noha. „Chlapče, mohl bys prosím nešlapat na mou botu?“ zeptal jsem se slušně a po vyřčení té věty jsem instinktivně vycítil, že to nebyl dobrý nápad. Výsledkem byla sprška nesrozumitelných nadávek, doprovázených agresivním mácháním zaťatou pěstí před mým obličejem, ze strany doposud nepřítomně sedícího pána, jemuž jsem přes absenci zubů rozuměl jen poslední větu „Si tam jako sedni a sed', nebo ti dám čelo!“. Bez protestu jsem si sedl na místo mezi paní, která měla na klíně čtyři malé psy, a pána, který střídavě spal, škytal a mluvil s cesty. Byť jsem přesně nechápal, co mi ten vzteklý pán chce dát při neuposlechnutí, věděl jsem však, že to rozhodně nechci, protože to v kontextu sdělení vyznělo jako výhrůžka.

Seděl jsem, tiše jsem se nechal olizovat psy a občas jsem si vyslechl nějakou historku vytrženou z kontextu od pána vedle mě. Během čekání se u mě čas od času zastavil malý chlapec, kterého jsem se předtím snažil umravnit, a vypláznul na mě jazyk přes semknuté rty, čímž nejspíš vyjadřoval dominanci a opovržení. Po necelých dvou hodinách se mi podařilo zaslechnout své jméno, které zaznělo z úst paní úřednice, jako úryvek z Ódy na radost, ukončující mé nepochopitelné utrpení, i přesto, že bylo dokonale zkomoleno.

Přes dvoje dveře mě uvedla do své kanceláře a zavřela za sebou, což ve mně vyvolalo pocit dokonalého bezpečí. Usmála se na mě a vlídným hlasem se zeptala „Přišel jste si zažádat o sociální dávky?“. Po této větě jsem se schizofrenicky rozložil do absolutního štěstí a nekonečného smutku. Uvědomil jsem si totiž, že jsem celou tu dobu seděl ve špatné budově, ztratil tak dvě hodiny faktického času a prožitým stresem jsem se připravil o 10 let života. Když jsem si představil, že bych musel projít něčím podobným ještě jednou, přičemž tentokrát bych tentokrát mohl zmiňované čelo opravdu dostat, beze slova jsem se zvedl se židle a úprkem jsem běžel domů, bez ohlížení zpět, vyplnit novou přihlášku na vysokou školu.

## 7 Závěr

V této bakalářské práci jsem se věnoval mediálnímu obrazu Moravskoslezského kraje. Pokud vezmeme v potaz image kraje z hlediska posledních 50 let, dá se říct, že je do jisté míry nestálá. Do 90. let měl kraj nálepku průmyslové velmoci, se kterou bylo třeba počítat jak v celostátním, celoevropském, tak i celosvětovém měřítku. Kraj měl věhlas v rámci industrializace, těžby a zpracování nerostných surovin. V 90. letech se naopak dostal do velké krize na základě obrovské míry strukturální nezaměstnanosti postihující velkou část obyvatelstva. Od té doby se snaží kraj zlepšit situaci a vzhledem ke statistikám nezaměstnanosti, návštěvnosti turistů, investic společností a podnikatelů z poslední doby se dá soudit, že mu to pomalu vychází.

Práce se dělí na tři části. První část, tedy druhá a třetí kapitola, je zaměřena na teorii image a marketingu kraje. Je zde také popsán kraj z pohledu politického, geografického a historického. V této části jsem vycházel z dat uvedených v seznamu zdrojů, tedy odborných publikací ohledně rozložení kraje, jeho osídlení, situace v jednotlivých městech, jejich samosprávě, historie a propagace. Druhá část stavěla především na poznatcích z teorie žurnalistiky. Z pohledu obsahu je řeč o čtvrté a páté kapitole, kdy na základě publikací zabývajících se žurnalistikou byl vytvořen plán obsahové analýzy článků obsahujících sousloví „Moravskoslezský kraj“. Pro vybraný soubor byl nejvyšší předpoklad zaměření článku z větší či menší části na dění v MSK. Po provedení analýzy 705 článků za období celého roku 2018 jsem zjistil výsledek po subjektivním hodnocení článků, že mediální obraz MSK je neutrální až spíše pozitivní. Třetí část se zaměřuje na praktické využití znalostí z oblasti žurnalistiky, kdy byl publikován úvodní článek, rozhovor s odborníkem a fejeton v rámci prokázání schopností používat nadobyté znalosti.

Z osobního pohledu soudím, že byť i přes stále přetrvávající stereotypy je Moravskoslezský kraj na dobré cestě k lepší image, která jistě pomůže zlepšit životní úroveň obyvatel. Důkazem zlepšující se situace je výsledek analýzy z páté kapitoly, rozhovor s vedoucí sociologické katedry a data o zlepšujícím se stavu MSK ať už z hlediska zaměstnanosti, investic nebo zvyšujícího se počtu vzdělaných lidí. Osobně bych doporučil při externí komunikaci kraje více cílit na sociální sítě, které jsou v dnešní době nezanedbatelným, do budoucna možná klíčovým, médiem. Dobře zvolenou cestou k lepšímu pohledu na kraj je jistě také vstřícnost k podnikání, snaha pomoci investorům a podnikatelům v realizaci jejich plánů. Tím se dá nastavit správný směr k nové tváři kraje, jako místa

atraktivního pro turisty, zajímavého pro realizaci investic a dobrých nápadů, a progresivního místa pro život.

## Seznam použité literatury

1. ČERVENKA, Jan. Agenda-setting: teoretické přístupy. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2008, s. 12. ISBN 978-80-7330-151-4.
2. HARCUP, Tony a Deidre O'NEILL. What Is News? Galtung and Ruge revisited. Journalism studies. 2001, Volume 2, Issue 2, 261-280.
3. JEŘÁBEK, Hynek, Jan ROSSLER, Pavel SKLENAŘÍK. 2013. „Mediální obraz Karla Schwarzenberga v tištěných denících před prezidentskými volbami 2013." Naše společnost 11 (2): 3-15, <http://dx.doi.org/10.13060/1214-438X.2013.11.2.1>.
4. JIRÁK, Jan a Barbora KÖPPLOVÁ. Média a společnost. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007, s. 77. ISBN 978-80-7367-287-4.
5. MCCOMBS, Maxwell. Agenda setting: nastolování agendy: masová média a veřejné mínění. Praha: Portál, 2009, s. 133. ISBN 978-80-7367-591-2.
6. SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: neužívanější metody a techniky. Praha: Grada Publishing, 2014. 539 s. ISBN 978-80-247-3568-9.
7. VOLEK, Jaromír. Mediální obraz ve volební kampani In: 22. konference Člověk a média: Mediální obraz politiky(a) [online]. Praha: 18. 4. 2013 [cit. 2016-05-08]. Dostupné z: [http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm\\_2013\\_jaro.pdf](http://www.clovekamedia.cz/konference/sborniky/cm_2013_jaro.pdf).
8. WOKOUN, René et al. Regionální rozvoj: (východiska regionálního rozvoje, regionální politika, teorie, strategie a programování). Praha: Linde, 2008. 475 s. ISB 978-807-2016-990.
9. SKOŘEPA, Ladislav. Marketing měst a obcí. České Budějovice: 2008. ISBN 978-80-86708-55-3.
10. JEŽEK, Jiří. Marketingový management obcí, měst a regionů. Ostrava, 2007. ISBN 978-80-7368-294-1.
11. ŽÍTEK, Vladimír. Regionální ekonomie a politika I. Brno, 2002. ISBN 80-210-2767-3.
12. VYSEKALOVÁ, Jitka. Image a firemní identita. Praha: Grada Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-2790-5.
13. LYNCH, Kevin. Obraz města. Praha 2004. ISBN 80-7273-094-0.

## Internetové zdroje

14. Moravskoslezský deník. *Ostrava chce být Evropským městem sportu. Proč?* [online]. 2012 [22. 11. 2012 ]. Dostupné z:  
[https://moravskoslezsky.denik.cz/zpravy\\_region/ostrava-chce-byt-mestem-sportu-20121122.html](https://moravskoslezsky.denik.cz/zpravy_region/ostrava-chce-byt-mestem-sportu-20121122.html)
15. Moravskoslezský deník. *Ostrava kandiduje na Evropské město sportu 2014*[online]. 2013 [10. 4. 2013]. Dostupné z: [https://moravskoslezsky.denik.cz/ostatni\\_region/130410-ostrava-kandiduje-na-evropske-mesto-sportu-2014.html](https://moravskoslezsky.denik.cz/ostatni_region/130410-ostrava-kandiduje-na-evropske-mesto-sportu-2014.html)
16. Moravskoslezský deník. *Startujeme nový seriál Deníku: Ostrava – Evropské město sportu 2014* [online]. 2013 [28. 6. 2013]. Dostupné z:  
[https://moravskoslezsky.denik.cz/ostatni\\_region/novy-serial-deniku-ostrava-evropske-mesto-sportu-2014-20130628.html](https://moravskoslezsky.denik.cz/ostatni_region/novy-serial-deniku-ostrava-evropske-mesto-sportu-2014-20130628.html)
17. Novinky.cz. *Ostravě patří titul Evropské město sportu* [online]. 2013 [28. 6. 2013]. Dostupné z:  
<https://www.novinky.cz/vase-zpravy/moravskoslezsky-kraj/ostrava-mesto/1227-18549-ostrave-patri-titul-evropske-mesto-sportu-2014.html>
18. iRozhlas.cz. *Ostrava a Nymburk vedou obyvatele k pohybu. Jsou Evropskými městy sportu* [online]. 2013 [6. 11. 2013]. Dostupné z:  
[https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/ostrava-a-nymburk-vedou-obyvatele-k-pohybu-jsou-evropskymi-mesty-sportu\\_201311061812\\_kwinklerova](https://www.irozhlas.cz/zpravy-svet/ostrava-a-nymburk-vedou-obyvatele-k-pohybu-jsou-evropskymi-mesty-sportu_201311061812_kwinklerova)
19. kudyznudy.cz. *Ostrava je Evropským městem sportu 2014* [online]. 2014 [1. 1. 2014]. Dostupné z:  
<http://www.kudyznudy.cz/Aktuality/Ostrava-je-Evropskym-mestem-sportu-2014.aspx>
20. ČESKÁTELEVIZE.CZ. *Ostrava je Evropské město sportu 2014*[online]. 2014 [17. 1. 2014]. Dostupné z:  
<https://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/10122978233-udalosti-v-regionech-ostrava/414231100030117-udalosti-v-regionech/obsah/303455-ostrava-je-evropske-mesto-sportu-2014>
21. TRAMPOTA, Tomáš. Zpravodajství. Praha: Portál, 2006, s. 27-28. ISBN 80-7367-096-8

22. Idnes.cz. *Ostrava boj o město kultury prohrála, vize ale naplňuje lépe než Plzeň* [online]. 2012 [8. 6. 2012]. Dostupné z:  
[https://zpravy.idnes.cz/ostrava-plni-sliby-lepe-nez-plzen-dla-domaci.aspx?c=A120608\\_1789896\\_ostrava-zpravy\\_jog](https://zpravy.idnes.cz/ostrava-plni-sliby-lepe-nez-plzen-dla-domaci.aspx?c=A120608_1789896_ostrava-zpravy_jog)
23. Moravskoslezský deník. *Ministr kultury k podpoře projektů v Ostravě: Oceňuji její rozvoj, rozkvétá* [online]. 2018 [26. 4. 2018]. Dostupné z:  
[https://moravskoslezsky.denik.cz/kultura\\_region/ministr-kultury-k-podpore-projektu-v-ostrave-ocenuji-jeji-rozvoj-rozkveta-20180426.html](https://moravskoslezsky.denik.cz/kultura_region/ministr-kultury-k-podpore-projektu-v-ostrave-ocenuji-jeji-rozvoj-rozkveta-20180426.html)
24. Idnes.cz. *Nezaměstnanost v Moravskoslezském kraji klesla na dlouholeté minimum* [online]. 2017 [10. 10. 2017]. Dostupné z:  
[https://ostrava.idnes.cz/pocet-lidi-bez-prace-nejnizsi-za-20-let-statistiky-uradu-prace-p5o-ostrava-zpravy.aspx?c=A171010\\_357067\\_ostrava-zpravy\\_woj](https://ostrava.idnes.cz/pocet-lidi-bez-prace-nejnizsi-za-20-let-statistiky-uradu-prace-p5o-ostrava-zpravy.aspx?c=A171010_357067_ostrava-zpravy_woj)
25. Český statistický úřad. *Zaměstnanost, nezaměstnanost* [online]. Dostupné z:  
[https://www.czso.cz/csu/czso/zamestnanost\\_nezamestnanost\\_prace](https://www.czso.cz/csu/czso/zamestnanost_nezamestnanost_prace)
26. České noviny.cz. *Nejlepším městem pro podnikání se stala Ostrava, druhý je Humpolec* [online]. 2018 [18. 4. 2018]. Dostupné z:  
<http://www.ceskenoviny.cz/zpravy/nejlepsim-mestem-pro-podnikani-se-stala-ostrava-druhy-je-humpolec/1611006>
27. ostravainfo.cz. *Ostrava je Evropské město sportu 2014!* [online]. 2014 [7. 1. 2014]. Dostupné z:  
<https://www.ostravainfo.cz/cz/info/europe-direct-ostrava/deni-v-eu/108-ostrava-je-evropske-mesto-sportu-2014.html>
28. Město pro byznys.cz. *Ostrava je Městem pro byznys 2017!* [online]. 2018 [18. 4. 2018]. Dostupné z:  
[http://www.mestoprobyznys.cz/tiskove\\_zpravy/id/2528/page/1](http://www.mestoprobyznys.cz/tiskove_zpravy/id/2528/page/1)
29. Anopress IT. <https://www.anopress.cz/anopress>
30. Pro města a obce. *Moravskoslezský kraj turismus 2018* [online]. 2018 [2018]. Dostupné z:  
[http://www.promestaaobce.eu/assets/File.ashx?id\\_org=600761&id\\_dokumenty=1244](http://www.promestaaobce.eu/assets/File.ashx?id_org=600761&id_dokumenty=1244)
31. Patriot magazín. *Moravskoslezský kraj mění image, daří se mladým firmám, lepší se ovzduší, 2018* [online]. 2018 [2018]. <http://www.patriotmagazin.cz/moravskoslezsky-kraj-meni-image-dari-se-mladym-firmam-lepsi-se-ovzdusi>

32. MSK. *Komise pro strategický rozvoj a změnu image kraje 2019*. 2019 [online]. Dostupné z: [https://www.msk.cz/cz/verejna\\_sprava/komise-pro-strategicky-rozvoj-a-zmenu-image-kraje-41949/](https://www.msk.cz/cz/verejna_sprava/komise-pro-strategicky-rozvoj-a-zmenu-image-kraje-41949/)
33. Patriot magazín. *Česku přibylo obyvatel, avšak Moravskoslezský kraj o 1648 přišel*. 2017 [online]. Dostupné z: <http://www.patriotmagazin.cz/cesku-pribylo-obyvatel-avsak-moravskoslezsky-kraj-o-1648-prisel>
34. Liberecký kraj. *Brownfields a greenfields [online]*. Dostupné z: <https://regionalni-rozvoj.kraj-lbc.cz/page1863/brownfields-a-greenfields>
35. Mediaguru.cz. *Prodej deníků loni ovlivnil i problém s předplatným [online]*. 2019 [online]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2019/02/prodej-deniku-loni-ovlivnil-i-problem-s-predplatnym/>

**Seznam zkratk**

ČR	Česká republika
ČSR	Československá republika
KSČ	Komunistická strana Československa
LAU	Local administrative unit
MSK	Moravskoslezský kraj
NUTS	Nomenclature of Units for Territorial Statistics
NATO	North Atlantic Treaty Organization




## Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byl seznámen s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne ...10.05.19...

  
.....  
jméno a příjmení studenta

## Seznam obrázků

Obrázek 3.1 Mapa Moravskoslezská.....	15
Obrázek 3.2 Mapa Ostravy.....	17

## Seznam tabulek

Tabulka 3.1 Územní členění.....	16
Tabulka 4.1 Časový harmonogram výzkumu.....	30
Tabulka 5.1 Počet článků .....	35
Tabulka 5.2 Četnost kategorií.....	37
Tabulka 5.3 Klasifikace článků .....	38
Tabulka 5.4 Hodnocení expresivity článků .....	39
Tabulka 6.1 Vývoj vzdělanosti ČR .....	41



